

REVISTA

SIGNATURE

A portrait of Carla Olivieri, a woman with long brown hair, smiling. She is wearing a white button-down shirt with puffed sleeves, a gold chain necklace, a gold belt with a large buckle, and dark pants. She is also wearing several colorful beaded bracelets on her right wrist and a ring on her left hand.

CARLA OLIVIERI
EL PODER DEL LIDERAZGO

El nuevo rey de la era digital

El streaming ya no es simplemente una forma de entretenimiento: es el espacio donde se están moldeando nuevas identidades culturales, sociales y empresariales. Lo que comenzó como una alternativa práctica para evitar los horarios rígidos de la televisión se ha transformado en un ecosistema que redefine la manera en que consumimos historias, construimos comunidades y generamos negocios en la era digital. Detrás de cada pantalla no solo hay un espectador, sino una persona que busca decidir qué ver, cuándo verlo y cómo interactuar con ello. En este universo, la inmediatez convive con la libertad creativa, y la elección se convierte en un acto de poder. No es casualidad que los gigantes del entretenimiento inviertan cifras astronómicas en contenidos originales ni que los nuevos talentos encuentren en Twitch, YouTube o TikTok vitrinas más influyentes que muchos canales tradicionales. El streaming es hoy el escenario principal donde se negocia la atención, el recurso más valioso de nuestro tiempo. La estética de este fenómeno es diversa y fascinante. Desde un gamer que transmite sus partidas a millones de seguidores hasta un artista que comparte su proceso creativo en directo, el streaming revela una autenticidad que otros formatos no alcanzan. Frente a la edición perfecta de la publicidad, este espacio nos devuelve la sensación de lo impredecible. Una conversación espontánea, un error técnico o una risa improvisada tienen el poder de conectar más que cualquier campaña planificada. En ese sentido, el streaming no es solo tecnología, es humanidad transmitida en tiempo real. Sin embargo, también plantea una paradoja: en un entorno donde todo se graba y todo puede ser visto, la intimidad se vuelve un bien escaso. Lo privado se convierte en contenido, lo efímero en archivo eterno, y la vida cotidiana en espectáculo global. Es un territorio donde se negocian límites éticos, donde el éxito puede ser tan fulgurante como efímero, y donde la frontera entre trabajo y vida personal prácticamente desaparece. Lo fascinante es que este universo no solo transforma al espectador, sino también a las marcas, a los artistas y a las industrias enteras. La moda se presenta en desfiles transmitidos en vivo, los conciertos se reinventan en experiencias híbridas, los lanzamientos de productos suceden simultáneamente en físico y digital, y hasta los deportes construyen nuevas narrativas a través de transmisiones interactivas. El streaming se ha convertido en la pasarela invisible donde todo puede suceder y donde todo se amplifica. Al final, el verdadero poder del streaming radica en su capacidad para convertirnos en testigos de lo inmediato, pero también en actores de un presente compartido. Vivimos en un universo en constante transmisión, donde cada segundo puede ser historia y cada gesto un acontecimiento global. Quizá el streaming no sea solo una tendencia tecnológica, sino el lenguaje definitivo de nuestra época: un espejo líquido, infinito y en directo, que refleja cómo elegimos vivir, conectar y trascender.



Diego Heysen
Director

CONTENIDO



10 CARLA OLIVIERI: EL PODER DEL LIDERAZGO



18 NUSSA: CUIDADO CONVERTIDO EN RITUAL



24 DOLCE STUDIO: EL REFUGIO QUE TRANSFORMA EL CUIDADO EN EXPERIENCIA



28 BEEEX: EL ESPLENDOR DE LA TECNOLOGÍA OMNISCANAL



32 ISABELLA MERINO: ELEGANCIA QUE TRANSCIENDE UN LEGADO



38 DISEÑAR DESDE EL CORAZÓN, HABITAR DESDE LA ESENCIA



44 FESTÍN: SEIS AÑOS DE HISTORIA Y EVOLUCIÓN



50 TEDx: INSPIRAR DESDE LA JUVENTUD

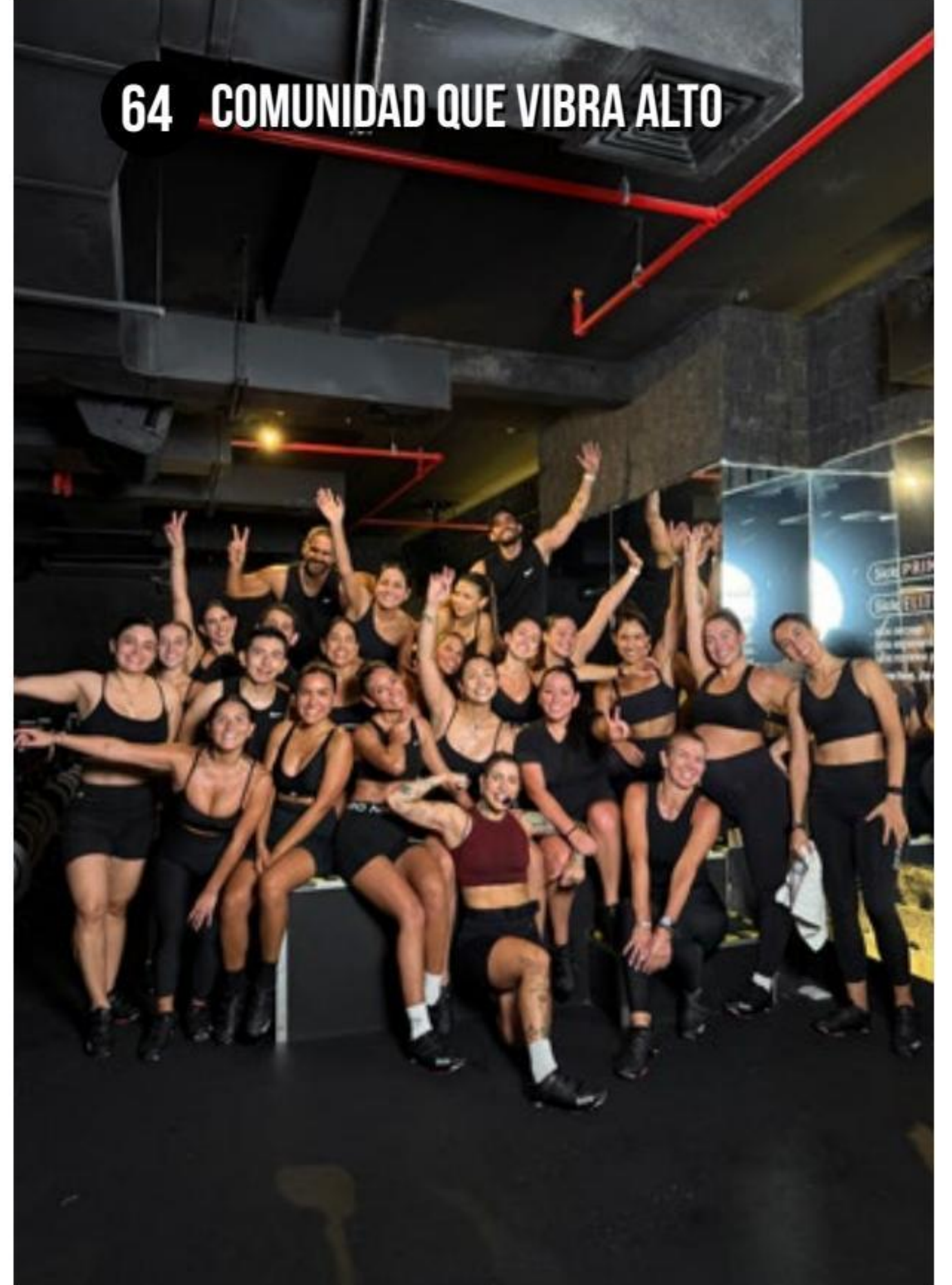
52 CONVERTIR EL RUIDO EN CLARIDAD



58 CUIDADO QUE TRASCIENDE



64 COMUNIDAD QUE VIBRA ALTO



70 EL RESPLANDOR DEL ARTE POP



74 AL MANDO DE LA RUTA PISQUERA



78 RUGIDO DEL LUJO ITALIANO



82 TRANSFORMAR EL FUTURO



84 GLAMOUR SIN GUIÓN



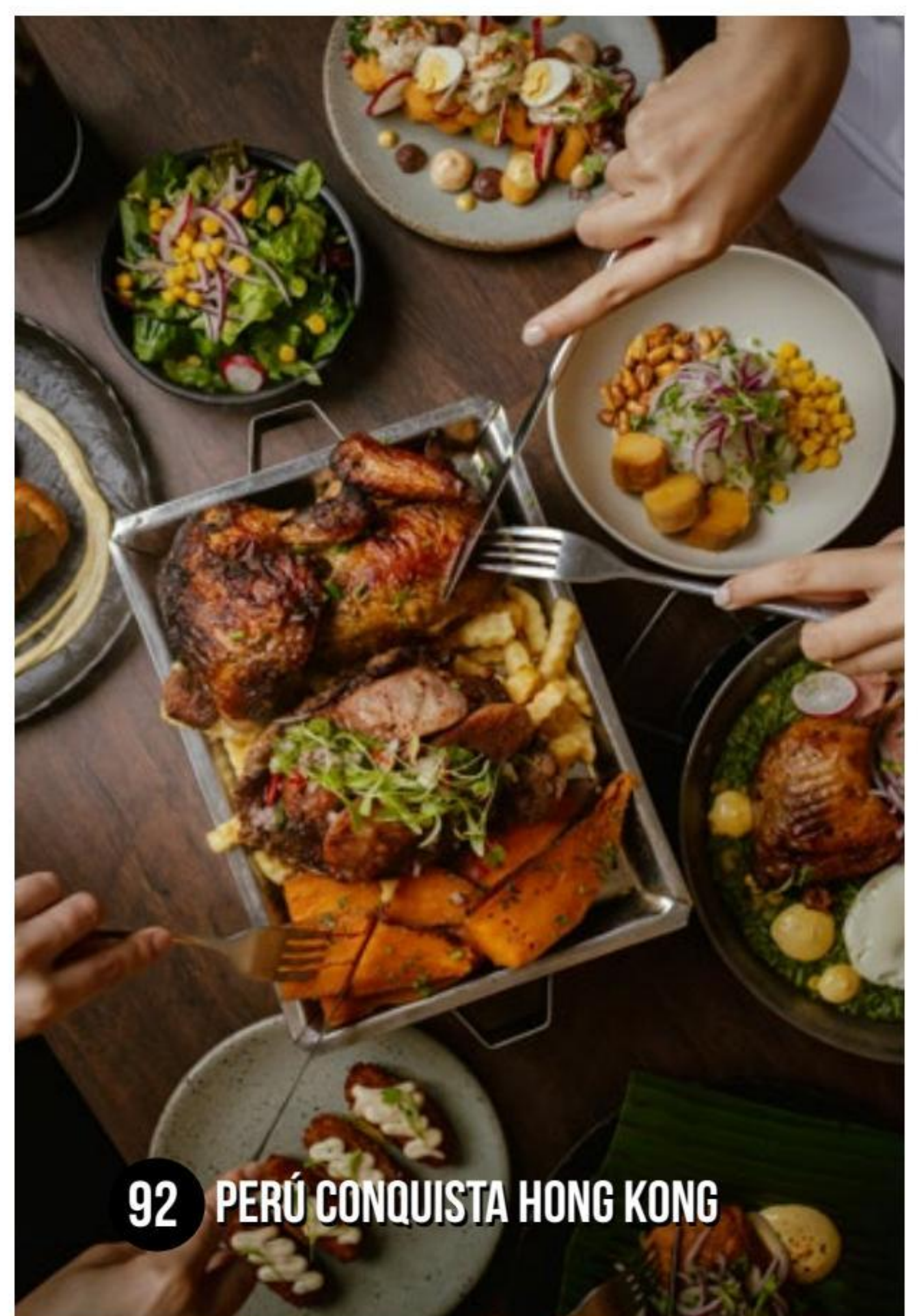
86 FUERZA QUE INSPIRA



86 SUDAMÉRICA EN LA CIMA DEL MUNDO



92 PERÚ CONQUISTA HONG KONG



REVISTA SIGNATURE

Staff

Director General
Diego Heysen

Editora General
Romina Polti

Editora Web
Jade Bermeo

Redactores
Anghelo Basauri
Cesia Herrera
Nataly Vasquez

Fotografía
Alex Dupont
Grace Mas
Sebastián Portocarrero
Danilo Meléndez

Columnistas
Camila Bazán
Claudia Moquillaza
Pierina Aste
Melissa Valencia
Ornella Puccio
Karol Boza

Webmaster
Vincent Alarcon

Diseño
Sthefanie Gómez

Redacción y corrección
DSH Media Group E.I.R.L

Contabilidad
Sara Yaya



Nuestra Portada



EXPERIENCIA TODOTERRENO

Un corredor de trail retro vuelve al centro de la escena, transformado en una expresión sofisticada de individualidad. Con esta reedición del XT-4 OG, Salomon redefine su legado técnico desde una óptica contemporánea: líneas limpias, acabados translúcidos y una paleta monocromática que convierte al negro en un gesto de audacia y contención. Diseñado originalmente para resistir las condiciones más extremas, el modelo renace como un objeto de contemplación urbana, donde rendimiento y estética se fusionan con precisión casi ceremonial. La suela agresiva, el sistema de ajuste Quic-klace™ y los gráficos sutiles dialogan con el ritmo de una ciudad que exige estilo sin renunciar al movimiento. Salomon consagra al XT-4 OG como un artefacto de culto, una pieza que transita con naturalidad entre lo técnico y lo esencial. Un calzado que no grita, pero deja huella.

HERENCIA ESTELAR

Con una inversión de un millón de dólares, KUNA inaugura dos nuevas tiendas en puntos estratégicos de Lima: la avenida Pardo en Miraflores y el nuevo aeropuerto Jorge Chávez. La marca peruana, reconocida por exaltar la alpaca y la vicuña, fortalece así su presencia y reafirma su visión de lujo sostenible con identidad andina. Cada tienda ha sido concebida como un espacio de contemplación, donde el diseño contemporáneo y tradición ancestral conviven en equilibrio. La experiencia va más allá del producto: se trata de un relato sensorial que entrelaza materiales nobles, iluminación envolvente y atención personalizada. Con un crecimiento de hasta 30 % en el primer semestre, la firma confirma que el mundo busca autenticidad. KUNA responde con sofisticación, compromiso social y una estética profundamente arraigada en lo nuestro. Desde Lima hacia el mundo, la moda peruana alza la voz: silenciosa, consciente y cargada de propósito. Una elegancia que no se impone, se revela.



ESTÉTICA FUTURISTA

Brillos líquidos, texturas maleables y materiales que parecen respirar. Así se presenta Brasil en ExpoDetalles 2025, donde la innovación en diseño de calzado se convierte en una experiencia sensorial. En un escenario donde la producción nacional se contrae y el mercado exige reinención, el diseñador Marnei Carminatti trae a Lima una propuesta que habla de ligereza, transparencia y audacia visual. Más que insumos, Brasil trae una narrativa. Con materiales que evocan velocidad, luces, y un universo pop, esta delegación transforma el acto de caminar en una declaración estética. La apuesta no solo es por lo lúdico, sino por una nueva sostenibilidad, donde la elasticidad y libertad se conjugan con visión de futuro. En un mercado que busca diferenciarse, la inspiración viene del sur. Y no toca la puerta: irrumpe con estilo.

AUGE EMBRIAGADOR

Carolina Herrera lanza en Perú 212 VIP Black Elixir, una fragancia masculina intensa y provocadora que redefine el lujo con audacia. Este nuevo elixir, liderado por Rauw Alejandro como embajador global, es una versión más oscura y seductora del icónico 212 VIP Black. La composición gira en torno a una tríada hipnótica: lavanda negra, regaliz negro y vainilla negra, envueltas en acordes de cuero y madera de roble. El resultado: una esencia profunda, vibrante y decididamente masculina, pensada para quienes dominan la noche sin pedir permiso. Su frasco negro espejado anticipa la experiencia olfativa que resguarda: magnética, elegante, inolvidable. Disponible en tiendas Ripley y online, el Elixir marca una nueva era para la perfumería masculina en el país. Más que un perfume, es una declaración de carácter: el verdadero lujo es ser uno mismo, incluso en la oscuridad. El rey de la noche tiene un nuevo aroma.





PROPUESTA DISRUPTIVA

En pleno corazón de Miraflores, Atmósfera Rooftop transforma el almuerzo en un ritual donde la luz del mediodía se mezcla con sabores precisos y vistas que invitan a la pausa. No se trata solo de comer: se trata de sentir el momento. La carta es breve, pero cada plato tiene un propósito. Desde el Carpaccio delicado hasta las Conchas a la Parmesana, todo llega en su punto: cálido, envolvente, exacto. En esta coreografía de sol, altura y sabor, los piqueos se comparten entre miradas y silencios bien llevados. Los clásicos conviven con lo inesperado: un Pappardelle de pato elegante, un Salmón Sun Rise con notas cítricas que despiertan. Nada grita, todo susurra. El lujo está en la intención, en la armonía de una mesa sin prisa, donde el cóctel marida no solo sabores, sino instantes. Atmósfera no sirve almuerzos: propone una nueva forma de habitar el día.



IDENTIDAD AUTÉNTICA

No siguen tendencias, las reescriben. La Generación Z redefine el estilo urbano con siluetas amplias, nostalgia noventera y una mirada obsesiva por lo auténtico. Su moda no busca impresionar, sino conectar: con su historia, su comodidad y su tiempo. Entre layering minimalista, tonos neutros y texturas suaves, cada outfit se convierte en una declaración sin estridencias. Las chaquetas Firebird y las adidas Superstar resurgen como íconos de una generación que mezcla lo retro con lo funcional, lo pulido con lo casual. Poleras oversized, pantalones cargo y jeans rectos se combinan con precisión intuitiva, creando una estética que fluye entre el campus, la ciudad y las redes. Para esta generación, la ropa no solo se lleva: se habita. En cada elección, hay una historia que se cruza con actitud, memoria y libertad. Así se visten hoy: sin etiquetas, con intención, y siempre fieles a sí mismos.

ELEGANCIA ANDINA

Con inspiración andina, sello artesanal y conciencia sostenible, Vélez presenta en Perú su colección invierno 2025: piezas atemporales que combinan diseño versátil y raíces profundas. Casacas de cuero trabajado a mano, trench coats y bombers oversized dialogan con botines de suela track, mocasines y bolsos estructurados, todos pensados para un estilo de vida dinámico, entre ciudad y naturaleza. La paleta terrosa y sobria rinde homenaje a la geografía peruana. Cada prenda cuenta una historia: de oficios tradicionales, de tintes naturales, de lujo silencioso. Con materiales certificados y procesos de bajo impacto, la colección refleja un compromiso con lo esencial. Más que vestir, acompaña. Disponible en tiendas y canales digitales, esta propuesta apuesta por la conexión emocional: grabados únicos, ajustes a medida, experiencias hechas para durar. En un Perú donde el diseño se vuelve identidad, Vélez no sigue tendencias: las transforma en pertenencia con estilo, propósito y memoria. Un lujo que perdura sin necesidad de alzar la voz.



OBRA CUMBRE

Lima se rindió ante el esplendor de La Traviata, la icónica ópera de Giuseppe Verdi, que se presentó del 6 al 10 de agosto en el Teatro Municipal de Lima. Con una estética art déco que evocaba el París de los años 30, la obra revivió la tragedia de Violetta, cortesana atrapada entre el amor, la enfermedad y los códigos de la alta sociedad. La soprano Julia Muzychenko-Greenhalgh, el tenor Paolo Fanale y el barítono Fabián Veloz lideraron un elenco internacional que dio vida a este clásico con intensidad vocal y emocional. Bajo la dirección del maestro Matteo Pagliari y gracias a una alianza con el Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo, esta producción se consolidó como un hito lírico de la temporada. El avant premier incluyó una exhibición de autos clásicos, creando una antesala mágica para una noche inolvidable. La Traviata volvió a Lima con toda su fuerza y sofisticación.





MODELAJE CON PROPÓSITO

En un mundo donde las luces apuntan al cuerpo, Lorena Larriviére prefiere iluminar el alma. Desde que tomó la dirección de Model Lab en 2021, la reconocida modelo ha transformado la pasarela en un espacio de conciencia, autocuidado y fortaleza emocional. No se trata solo de enseñar a caminar, sino de ayudar a las mujeres a sostenerse en sus propias decisiones. A los cursos clásicos, sumó módulos de life coaching, autoestima y expresión corporal, redefiniendo así la esencia misma del modelaje. En solo un año, el crecimiento fue del 150%, pero el impacto emocional, incalculable. Desde Lima hasta Nueva York, Lorena sostiene una idea radical: que la belleza real no se exhibe, se irradia. Por eso sueña con una plataforma online que lleve este mensaje más allá de fronteras. Model Lab no forma modelos. Forma mujeres que se eligen. Y ese es el desfile más importante.



ESTILO Y COLOR

Estas vacaciones, los más pequeños también marcaron tendencia. Con su línea Big Kids, Skechers invitó a niñas y niños entre 8 y 12 años a vivir el descanso escolar con estilo, comodidad y mucha actitud. Cada look fue pensado para acompañar sus aventuras: zapatillas con brillos y tonos neón para el circo, diseños multicolor para paseos en familia, modelos versátiles para tardes de cine, conjuntos urbanos para el parque y opciones vibrantes para cumpleaños llenos de energía. Las colecciones destacaron por su diseño funcional y personalidad lúdica, ideales para moverse sin límites y expresar quiénes son. Porque la moda también fue juego, cada par de zapatillas se convirtió en un aliado para explorar, imaginar y disfrutar. Disponible en las 34 tiendas a nivel nacional, Skechers reafirmó que vestirse bien empieza desde pequeños. Este verano, el mejor plan fue moverse con libertad y pisar fuerte, siempre con estilo propio.

CONECTAR CON INTELIGENCIA

En tiempos donde la automatización amenaza con deshumanizar los mensajes, Boltek Media propone una alquimia distinta: inteligencia artificial con alma. Fundada en Lima por Jorge Armando Medina y Gabriela Chumpitaz, esta firma creativa se adentra en el universo del neurobranding, el storytelling estratégico y la IA como catalizadores de marcas con propósito. La data importa, sí, pero también el tono de voz, el gesto emocional, la narrativa que permanece. Desde campañas con análisis predictivo hasta contenidos que despiertan conexión real, Boltek entiende que crecer no es solo escalar, sino emocionar. Con una visión fresca y sofisticada, Jorge y Gabriela han convertido Boltek en una referencia para marcas que buscan eficiencia con identidad. Porque en la era del algoritmo, lo verdaderamente disruptivo es comunicar con inteligencia emocional. Y ese, para ellos, es el futuro del marketing: uno que no reemplaza al humano, lo potencia.



CIENCIA CON HUMANIDAD

En una era saturada de datos, Raúl Jáuregui convierte la ciencia en relato humano. No se define como divulgador tradicional, sino como un puente entre el rigor académico y la experiencia cotidiana. Su voz nace de una infancia curiosa, una mermelada de zanahoria y entusiasmo, y crece hasta proyectos como Soildier, biotecnología para combatir el estrés hídrico, o GIIA, un grupo estudiantil dedicado a la investigación ambiental. Su enfoque es claro: hablar de STEM es también hablar de salud mental, rechazos y resiliencia. Entre oportunidades académicas y consejos para becas, Jáuregui entrega más que información; ofrece acompañamiento. Defiende la autenticidad como una forma de resistencia en redes y cree que la empatía es la verdadera esencia del divulgador. Con un pie en la evidencia y otro en la emoción, demuestra que la ciencia no solo se explica: se comparte, se vive y se siente.





Ruta Pisquera

Escribe: Claudia Moquillaza Robatty

El mundo de la mixología es tan vasto como fascinante. Dominarlo con elegancia y precisión es un arte reservado para quienes se sumergen con pasión en este universo sensorial, donde aromas, texturas y sabores se entrelazan con creatividad, investigación y productos de calidad. Si hay un destilado que me apasiona profundamente es el Pisco, por su historia, carácter y versatilidad. Como pisco maker, he tenido la oportunidad de explorar sus múltiples posibilidades, desarrollando derivados como cremas, brandies y licores en mi propia bodega. Pero es en el diálogo con los bartenders, verdaderos artistas del sabor, donde esta experiencia alcanza nuevas dimensiones. Partiendo de la coctelería clásica y respetando sus raíces, me entusiasma evolucionar hacia una mixología contemporánea, con sello propio.

Es así como nace mi primera ruta pisquera, un recorrido por bares y restaurantes que revaloran el Pisco desde una mirada innovadora. Empezamos en Costanera 700, ícono de la cocina nikkei. Su barra, dirigida por David Sotomayor, presenta “Mizuki”, un cóctel refrescante que fusiona el Pisco Puro Quebranta Don Reynaldo con té matcha, jazmín y lima. El resultado: una obra de arte líquida que equilibra fuerza, sutileza y elegancia. Continuamos en Limaná, un espacio que respira sostenibilidad y bienestar. Allí, Edward Albino reinterpreta el clásico

Pisco Punch con “Frescura y sostenibilidad en un cóctel”, una propuesta donde la técnica de crioconcentración potencia la piña y la naranja, logrando un perfil dulce y profundo, sin perder ligereza. La ruta nos lleva a Banhmi Lima, donde la tradición del sudeste asiático se fusiona con una coctelería de autor bien balanceada. Destaca “La Dama del Pañuelo”, creación de José Sandoval, que reinventa el Pisco Sour con Pisco Acholado y Mosto Verde

Torontel. Bourbon, vinos blancos y sour mix completan una estructura compleja, floral y memorable. En Lady Bee (Barranco), el Pisco se conecta con la biodiversidad del Perú. “Miraflores: De regreso al origen” utiliza Pisco Puro Torontel, miel y limón, en una mezcla simple pero llena de identidad. Un cóctel elegante, fácil de replicar y con una narrativa que honra nuestras raíces. Cerramos en Sastrería Martínez, el espacio oculto de Diego Macedo. Reynier Mendoza nos presenta “Wari Kayan”, un homenaje a

la costa peruana. Lleva Pisco Acholado, Aperol, aceitunas verdes, destilado de aceituna y mistela artesanal de toronjil, muña y tomillo. La mezcla es atrevida, pero perfectamente armonizada. Esta ruta es solo el inicio de un homenaje líquido al Perú. Una celebración a la creatividad, al sabor, y al poder de una identidad que se sirve en copa. ¿Listos para brindar por lo nuestro?





#CIRCUM2025
EXPERIENCIA

Carla Olivieri: El poder del liderazgo

En tiempos donde la volatilidad, la incertidumbre y el cambio parecen ser la única constante, la palabra liderazgo adquiere un nuevo significado. Ya no basta con dirigir desde la autoridad, ni con repetir discursos inspiracionales que se diluyen en el día a día. Hoy, lo que realmente transforma a los equipos y deja huella en la sociedad es el liderazgo auténtico: aquel que se sostiene en la coherencia, la inteligencia emocional y un propósito personal inquebrantable.

Escribe: Jade Bermeo

Esa es la filosofía que impulsa a Carla Olivieri, CEO de Ak-tiva Centro de Alto Desempeño y formadora de líderes que ha acompañado a empresarios, ejecutivos y profesionales a replantear la manera en que entienden el poder. En exclusiva para Signature, nos revela por qué la grandeza de un líder no está en el cargo que ostenta, sino en la huella emocional que deja en cada persona a la que toca.

El nuevo rostro del liderazgo

“El liderazgo que perdura no es el que impone, sino el que inspira desde la verdad interior”, afirma Olivieri con convicción. Y es que para ella, un líder auténtico no se limita a cumplir KPIs ni a mantener a flote procesos: su verdadera misión es desarrollar personas. Escuchar, cuidar, reconocer y, sobre todo, vivir con coherencia.

“Un propósito y una cultura no son frases decorativas en una página web; son principios que se encarnan en cada decisión”, sos



TED

Camacho Youth



sa es la filosofía que impulsa a Carla Olivieri, CEO de Aktiva Centro de Alto Desempeño y formadora de líderes que ha acompañado a empresarios, ejecutivos y profesionales a replantear la manera en que entienden el poder. En exclusiva para Signature, nos revela por qué la grandeza de un líder no está en el cargo que ostenta, sino en la huella emocional que deja en cada persona a la que toca.

El nuevo rostro del liderazgo

“El liderazgo que perdura no es el que impone, sino el que inspira desde la verdad interior”, afirma Olivieri con convicción. Y es que para ella, un líder auténtico no se limita a cumplir KPIs ni a mantener a flote procesos: su verdadera misión es desarrollar personas. Escuchar, cuidar, reconocer y, sobre todo, vivir con coherencia.

“Un propósito y una cultura no son frases decorativas en una página web;

son principios que se encarnan en cada decisión”, sostiene. Ese detalle invisible, pero contundente, es lo que marca la diferencia entre quienes solo gestionan resultados y aquellos que logran impacto real.

En un escenario empresarial marcado por tensiones, cambios vertiginosos y una competitividad despiadada, Carla recuerda una verdad simple: cuando un colaborador se siente visto y valorado, está dispuesto a ir más allá de sus funciones, incluso en las situaciones más críticas.

Habilidades blandas: El músculo invisible

Durante décadas, la narrativa empresarial giró en torno a la eficiencia y la productividad. Hoy, esa fórmula está incompleta. Para Olivieri, lo que sostiene a los grandes equipos es un conjunto de competencias invisibles que, sin embargo, lo cambian todo.

Habla, por ejemplo, de la mentalidad de crecimiento, esa curiosidad permanente que impulsa a aprender de los errores en lugar de temerles. También resalta el pensamiento crítico, la capacidad de ir más allá de lo obvio para encontrar soluciones reales en medio de la complejidad. A ello suma la disciplina, entendida como el compromiso de cumplir con lo que se debe hacer, con o sin motivación externa. Y, por último, subraya el valor del estoicismo, esa filosofía práctica que invita a vivir con sabiduría, justicia, coraje y templanza frente a la adversidad.

Pero por encima de todas estas competencias, Olivieri señala una que considera esencial: el autoconocimiento. “Si quieres lograr cosas increíbles, primero debes creerte capaz de lograrlas”, sentencia. Esa seguridad interior, lejos de ser arrogancia, es la convicción silenciosa que sostiene al líder incluso en sus peores días.

Inteligencia emocional: Liderar emociones antes que personas

Olivieri lo plantea con una claridad que desarma: “Todo líder es, en esencia, un gerente general de emociones”. Primero, de las propias; luego, de las de su equipo.

Esa gestión no se limita a motivar con frases alentadoras, sino a leer el momento exacto: saber cuándo intervenir, cuándo callar, cuándo empujar y cuándo sostener. La empatía, dice, es la herramienta más rentable que un líder puede cultivar.

“Conocer a cada miembro del equipo no es un lujo, es una inversión. Es ahí donde se destraba el verdadero potencial de las personas y donde descubren hasta dónde pueden llegar”, recalca. Un buen líder, entonces, no solo resuelve conflictos: libera posibilidades.

Del propósito corporativo al propósito personal

Carla eleva el mensaje a un nivel más humano y trascendente. Ser buenos líderes no basta; debemos aspirar a trascender. Cada ser humano, sostiene, tiene la responsabilidad de descubrir su propósito personal: esa brújula interna que lo saca del piloto automático y lo impulsa a dejar huella en los demás. “Cuando algo te mueve por dentro, harás todo lo posible por exteriorizarlo y





contagiarlo”, explica.

Quienes encuentran ese motor oculto multiplican su motivación y se convierten en auténticos catalizadores de cambio. Y ese, quizá, sea el mayor legado del liderazgo: no dejar seguidores, sino multiplicar líderes.

Más allá de la gestión, un llamado a la grandeza

Carla Olivieri nos recuerda que el liderazgo no es un traje que se viste en la oficina, sino una forma de habitar el mundo. Un estilo de vida donde la coherencia, la empatía y el propósito marcan la diferencia entre ser un jefe más o convertirse en un referente. En un mundo ansioso de certezas, su mensaje es claro: los grandes líderes ya no son quienes mandan desde arriba, sino quienes se atreven a guiar desde adentro.



nu
BELLEZA

Belleza & Bienestar
CALMA | CONEXIÓN | EQUILIBRIO

NUESTROS SERVICIOS



Depilación Láser



**Tratamientos
faciales**



Lifting de pestañas



**Tratamientos
corporales**



Nano Pigmentación



Masajes

992 672 318 | Calle Enrique Palacios 420, Miraflores

NUSSA

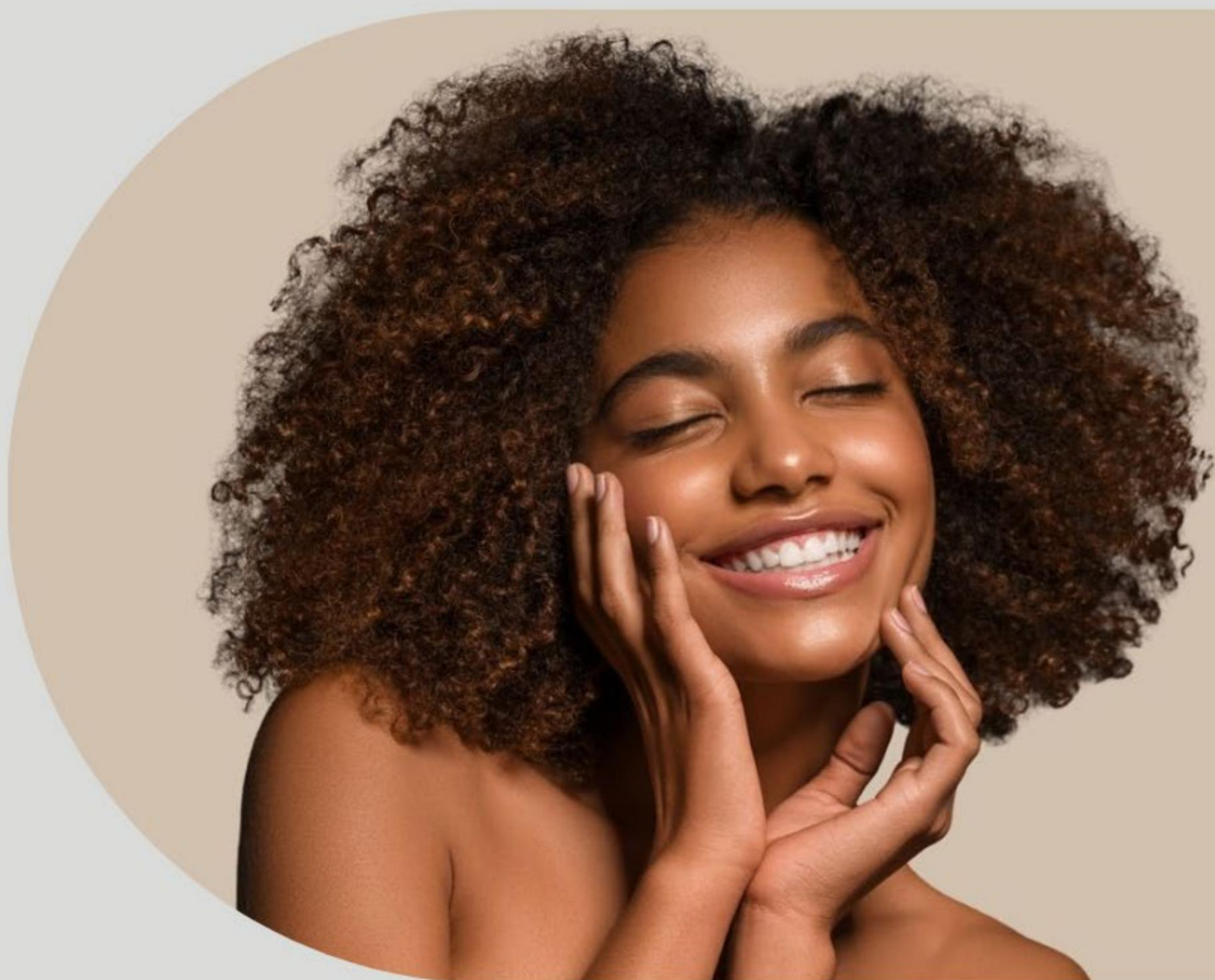
QUE RESPLANDECE



@NUSSA.SKIN

DESCUBRE MÁS

Somos tu **espacio**
ideal para que te
sientas bien por
dentro y por fuera.





NUSSA: cuidado convertido en ritual

Tras una puerta discreta y un lobby que no revela su secreto, existe un refugio donde la belleza no es un acto de exhibición, sino un ritual íntimo. Allí, cada visitante se sumerge en una experiencia que va más allá del cuidado estético: un momento para reconectar consigo misma, respirar lejos del ruido y recordar que la piel también guarda historias. Ese es el universo de Nussa, un espacio que ha convertido la discreción, la personalización y la tecnología de vanguardia en un sello inconfundible.

Escribe: Romina Polti / Fotos: Nasim Mubarak

Cuando Camila y Fredy, socios y pareja desde hace una década, decidieron dejar sus carreras en banca, seguros y el sector automotriz para apostar por el cuidado de la piel, no imaginaban que su visión

se transformaría en una boutique de culto para quienes buscan un trato exclusivo. Nussa nació durante la pandemia, alimentada por la pasión de Camila por el skin care y la determinación de ambos por crear un espacio donde el cliente no solo fuera atendido, sino escuchado.

Ese carácter reservado es parte de su encanto. El diseño interior transmite calidez, la agenda limita el número de citas diarias para garantizar atención plena y el servicio se siente más como una conversación entre amigos que como una transacción. En Nussa, el lujo está en la calma, en la certeza de que nadie espera apurar el momento y que cada tratamiento es un gesto de cuidado pensado solo para ti.

LA CIENCIA AL SERVICIO DEL AUTOCUIDADO

La propuesta de Nussa abarca desde limpiezas faciales hasta técnicas avanzadas en cejas, pestañas, labios y depilación láser. Pero más que un catálogo de servicios, es un manifiesto sobre cómo la tecnología puede potenciar resultados sin sacrificar la salud de la piel. Su equipo trabaja con protocolos adaptados a cada tipo de piel, seleccionando productos y técnicas que respondan a necesidades específicas, desde la hidratación profunda hasta la reducción de manchas o arrugas finas.

Entre sus joyas tecnológicas destaca una máquina coreana de última generación para depilación láser, capaz de ofrecer resultados visibles en pocas sesiones. Sin embargo, la verdadera diferencia está en el seguimiento: cada cliente recibe atención personalizada incluso después del tratamiento, asegurando que la experiencia no termine al salir por la puerta. Nussa no vende promesas vacías, sino bienestar sostenido.

DE LA EXPERIENCIA PERSONAL A LA COMUNIDAD

Camila y Fredy no se ven solo como gestores de un negocio, sino como anfitriones de una comunidad que entiende el autocuidado como un acto de empoderamiento. “Queremos humanizar la marca”, explica





Camila. “Que se sepa quiénes estamos detrás, qué buscamos y hacia dónde vamos”. Hoy, su equipo supera las diez personas, entre cosmiatras, especialistas en marketing y asesores, todos comprometidos con la misma filosofía: cada visita debe sentirse como un reencuentro, no como una cita más.

En un mercado donde la inmediatez suele imponerse, Nussa apuesta por el tiempo, la escucha y el detalle. Sus clientes incluyen figuras conocidas que valoran la privacidad tanto como los resultados. Aquí, la belleza no se mide por miradas ajenas, sino por la confianza que se refleja en el espejo.

En tiempos de vidas aceleradas, Nussa recuerda que el verdadero lujo es detenerse. Entre paredes silenciosas y manos expertas, el cuidado de la piel se convierte en un acto de introspección. No se trata solo de verse bien, sino de sentirse plena. Al final, la belleza que perdura es aquella que, como su lema, realmente resplandece.



¡Desconéctate para Conectar!

Escribe: Ornella Puccio

¡Hola, mujeres sanas y poderosas! Hoy vamos a tocar un tema que afecta nuestras vidas diarias mucho más de lo que creemos: el uso del celular. Esa pequeña pantallita que llevamos en nuestros bolsillos puede convertirse en una distracción abrumadora, robándonos momentos valiosos de conexión con nosotras mismas y con quienes nos rodean. Si sientes que tu teléfono es más un ladrón de tiempo que un aliado, este artículo es para ti. Aquí van algunos consejos prácticos para marcar límites y recuperar tu espacio interior.

Marca Límites Digitales: El primer paso para establecer un equilibrio entre tu vida digital y tu bienestar es hacer uso de las herramientas que tu propio teléfono te ofrece. En los ajustes, puedes encontrar opciones para limitar el uso de aplicaciones. ¡Hazlo! Identifica las redes sociales que más tiempo te consumen—Instagram, TikTok, Facebook—y establece límites de horas. Algo que me ha funcionado maravillosamente es poner mi teléfono en blanco y negro cuando sé que debo concentrarme. De inmediato, la sobreestimulación se reduce, y me ayuda a enfocarme en lo que realmente importa. Si-

Si-lencia y Organiza Tus Notificaciones: Las notificaciones son uno de los principales ladrones de atención. Dedica algunos minutos a apagarlas y establece momentos específicos durante el día para revisar cada red social. Esto te permitirá estar presente en lo que estás haciendo, sin esa constante tentación de mirar el teléfono. ¡Promételo, tu mente te lo agradecerá!

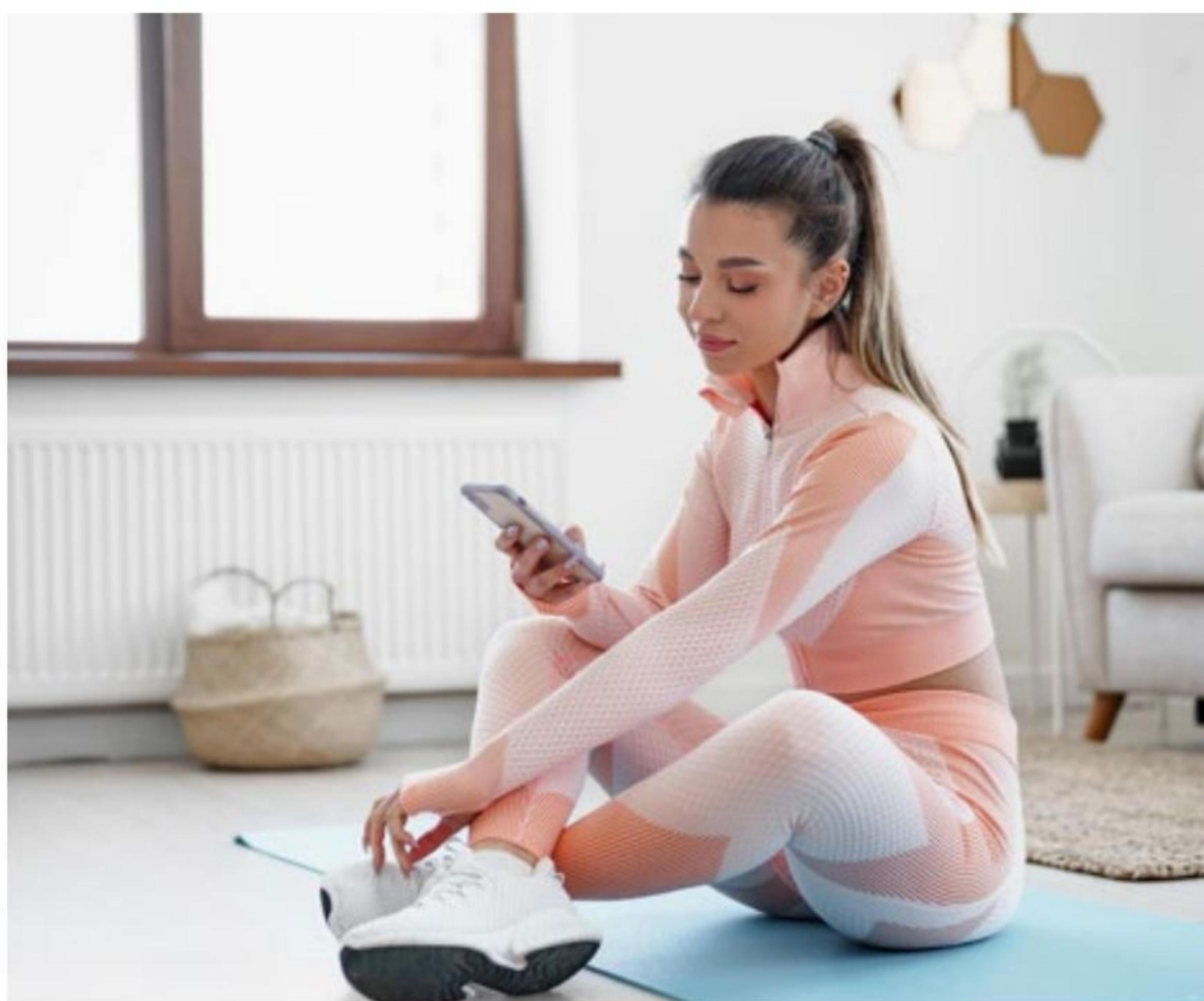
Cambia Tu Ambiente: Los límites que marcas no solo deben ser digitales; también son físicos. Crea zonas libres de teléfonos en tu hogar: la cama, la mesa y el baño son lugares ideales para desconectar. Esto te ayudará a crear un entorno más organizado, permitiendo que tu mente fluya sin distracciones. Por ejemplo, deja el teléfono en una habitación diferente mientras trabajas o estudias. Si te sientes más extrema, considera comprar un estuche con temporizador. ¡Lo que sea necesario

para mantener el enfoque!

Duerme Sin Tu Teléfono: Una de las mejores decisiones que puedes tomar es dejar el teléfono en otro cuarto mientras duermes. Usa un despertador tradicional para evitar caer en la tentación de revisar las redes sociales a las primeras horas del día. Verás cómo esto cambia la calidad de tu descanso y, por ende, tu desempeño diario.

Re-entrena Tu Cerebro Es momento de ser realista: El multitasking no te hace más eficiente. En realidad, disminuye tu capacidad de concentración. Así que selecciona momentos específicos para cada tarea y dedícate a ella sin interrupciones. Prueba prácticas de mindfulness y meditación para aumentar tu atención y fomentar la presencia plena en cada actividad que realices.

Busca alternativas reconfortantes Es fácil caer en la trampa de pasar horas en TikTok o Reels. Pero tu mente necesita un verdadero descanso. En lugar de eso, ¡reemplázalo! Opta por actividades que te nutran como lectura, paseos, ejercicios de respiración o pasar tiempo con tus seres queridos. Estos momentos de conexión real son mucho más valiosos. Haz una limpieza digital Revisa



las aplicaciones en tu teléfono y borra aquellas que te consumen tiempo sin aportar valor. A veces, un cambio rápido y sencillo puede dramatizar cómo te sientes respecto al uso de la tecnología en tu vida. Recuerda, ¡no se trata de renunciar a tu celular completamente! Se trata de crear un espacio donde puedas vivir plenamente y ser la mejor versión de ti misma. Al establecer estos límites, no solo mejorarás tu concentración y bienestar, sino que también tendrás más tiempo y energía para disfrutar de lo que verdaderamente importa: tu conexión contigo misma y con los demás. ¡Te animo a probar estos consejos! Espero que encuentres el equilibrio que estás buscando y que pronto sientas la libertad de vivir sin la constante distracción de tu celular ¡Vamos a recuperar nuestro tiempo!



CRUZAS
CANTINA & FESTIN
Todo el día

COCINA PERUANA *regional*

ANGAMOS OESTE 598, MIRAFLORES
SÍGUENOS EN INSTAGRAM *@cruzasperu*



**Dolce Studio: El refugio que transforma
el cuidado en experiencia**



En un distrito que respira vida familiar y modernidad, Dolce Studio emerge como un espacio boutique que redefine la estética femenina desde una mirada íntima y consciente. Fundado por Lizbeth Estrada, ingeniera de profesión y emprendedora por vocación, este estudio no es solo un lugar para el cuidado de la belleza, sino un refugio donde cada detalle se traduce en bienestar, confianza y calidez.

Escribe: Romina Polti / Fotos: Nasim Mubarak

El origen de una idea inesperada

La historia de Dolce Studio no nació de un sueño infantil ni de un plan premeditado. Lizbeth Estrada, ingeniera petroquímica con experiencia en la industria del oil & gas, encontró en la maternidad y en la búsqueda de equilibrio entre vida personal y laboral la chispa que daría vida a este proyecto. Fue la necesidad de optimizar su tiempo, unida a la ausencia de un espacio premium en su propio distrito, lo que la impulsó a crear un salón boutique en San Borja.

Este espacio fue concebido como respuesta a una carencia: la falta de un lugar cercano que ofreciera servicios de calidad, personalizados y con un enfoque en la experiencia completa. La visión de Lizbeth fue clara desde el inicio: crear un ambiente íntimo y sofisticado, donde cada clienta pudiera sentirse en casa y, al mismo tiempo, disfrutar de un servicio de primer nivel.

El lujo de sentirse acompañada

Más que un centro estético, Dolce Studio busca convertirse en un refugio donde cada mujer se sienta bienvenida y valorada. Aquí, el lujo no se mide en extravagancias, sino en la experiencia: un servicio cercano, cálido y diseñado para transformar esas dos horas de cuidado personal en un verdadero respiro de la rutina.

Esa filosofía se traduce en pequeños gestos: una bienvenida personalizada, una atmósfera acogedora y la atención a cada detalle. La intención es que la clienta no solo salga con las uñas perfectas, sino con la sensación de haber recibido un cuidado integral que la reconecta con su bienestar.

La propuesta de servicios

Especializado en diseño de uñas y nail art, Dolce Studio se ha consolidado rápidamente como un referente en tendencias, técnicas y acabados. Su catálogo incluye más de 400 colores de esmaltes premium, productos importados, veganos y HEMA free, que aseguran un acabado impecable sin comprometer la salud.





Al mismo tiempo, el estudio atiende a quienes prefieren un estilo más clásico, ofreciendo servicios de manicura y pedicura tradicionales. A esto se suman tratamientos de lifting de pestañas, laminado de cejas y depilación, ampliando la propuesta hacia un concepto de estética integral.

Acogida más allá de San Borja

Aunque Dolce Studio abrió sus puertas hace pocos meses, la respuesta ha supera-

do ampliamente las expectativas. Lo que en un inicio estaba pensado para atender a mujeres de San Borja se ha transformado en un destino elegido por clientas de distritos como Miraflores, La Molina, Jesús María, Lince, San Miguel entre otros.

Este crecimiento orgánico refleja la solidez de la propuesta y confirma que existe una demanda latente de espacios boutique que combinen proximidad, calidad y un enfoque humano en la atención. La experiencia ha demostrado que las muje-

res buscan mucho más que un servicio: desean un espacio donde se sientan comprendidas y valoradas.

Filosofía y proyección

La filosofía de Dolce Studio trasciende lo estético: se centra en el cuidado integral de las mujeres, uniendo belleza, salud y empoderamiento. La idea es que cada visita se convierta en un recordatorio de que cuidarse a una misma no es un lujo ocasional, sino una necesidad cotidiana.

De cara al futuro, los planes incluyen la ampliación hacia tratamientos faciales como hydrafaciales e hidralips además de la implementación de talleres de empoderamiento y finanzas personales. Con ello, Lizbeth busca que Dolce Studio sea no solo un salón de estética, sino una plataforma de bienestar y crecimiento personal para las mujeres que lo visitan.



En un mundo donde la comunicación digital exige inmediatez y cercanía, Beex nació para dar respuesta a operaciones fragmentadas que carecían de la tecnología adecuada. Fundada por Max Aguirre Omonte y Frank Vásquez Ferré, la plataforma evolucionó de un software para contact centers a un ecosistema omnicanal que integra llamadas, redes y mensajería en un solo espacio, con la inteligencia artificial como aliada de su propuesta.

Escribe: Romina Polti

El origen de una idea que transformó el contacto

Los primeros pasos de Beex se remontan a la experiencia directa en la gestión de operaciones de contact center. Allí se evidenció un vacío: no existía un software local capaz de sostener operaciones de gran escala con estabilidad y escalabilidad. La solución surgió de una conversación universitaria entre dos mentes complementarias: la experiencia en gestión y la habilidad en programación.

Ese punto de partida pronto se convirtió en un producto robusto, diseñado para dar continuidad a operaciones donde las caídas y la fragmentación eran el día a día. Beex nació como respuesta a una urgencia, pero creció con una visión más amplia: diversificar canales, automatizar procesos y, hoy, apostar por la inteligencia artificial como camino natural de evolución.

De Securitec a Beex: un nombre con propósito

El recorrido de la empresa también incluyó un cambio de identidad. Bajo el nombre inicial de Securitec, la firma cargaba con una connotación que la vinculaba a la seguridad informática, lejos de su verdadero propósito. Fue entonces cuando sus fundadores decidieron repensar el ADN de la marca.

Inspirados por la idea de trabajo colectivo, realizaron un estudio simbólico





Beex: El esplendor de la tecnología omnicanal

y encontraron en las abejas la metáfora perfecta: seres que trabajan de manera colaborativa para un bien común. Así nació Beex: una identidad que une la esencia de la colmena con la experiencia omnicanal que ofrece la plataforma.

La experiencia como sello diferencial

En un mercado saturado de soluciones digitales, Beex ha logrado posicionarse no solo por la tecnología, sino por la forma en que acompaña a sus clientes. Desde el primer contacto, la empresa busca generar empatía y un entendimiento real de las necesidades, ofreciendo un soporte integral que incluye levantamiento de requerimientos, soporte técnico y Customer Success Managers.

Este enfoque convierte a la herramienta en una experiencia intuitiva y cercana, tan fácil de adoptar como cualquier aplicación de uso cotidiano. Más allá de competir con gigantes globales, Beex apuesta por una promesa distinta: lograr resultados tangibles a través de relaciones auténticas y de confianza.

Más allá del contact center: expansión y versatilidad

Lo que comenzó como una solución para llamadas hoy se ha transformado en una plataforma flexible que responde a sectores tan diversos como educación, transporte, salud, fintechs y startups. Con presencia en Perú, México, Argentina y otros países de Latinoamérica, Beex se ha convertido en un socio estratégico para empresas que buscan manejar un alto volumen de interacciones digitales con eficiencia y coherencia.

Entre sus casos de éxito destaca Ualá, unicornio fintech que adoptó la plataforma para potenciar su comunicación omnicanal. Este ejemplo demuestra cómo Beex trasciende el ámbito local para convertirse en un aliado de compañías que piensan en grande.

El futuro: inteligencia artificial con rostro humano

Hablar de innovación en Beex es hablar de un equilibrio constante entre tecnología y humanidad. Sus fundadores lo

tienen claro: no se trata de implementar inteligencia artificial por tendencia, sino de integrarla de manera que mejore realmente la experiencia del usuario. Muchas empresas han caído en la automatización mal aplicada; Beex, en cambio, busca diseñar procesos y estrategias donde la IA sume y no reste.

Con la mirada puesta en la internacionalización, la plataforma avanza hacia un futuro global. Aunque nació en Perú, la visión es expandir la propuesta más allá de Latinoamérica, llevando consigo un principio esencial: la tecnología debe ser un puente, no una barrera, entre las empresas y las personas.

La historia de Beex es la de un proyecto que se atrevió a mirar más allá de la herramienta tecnológica para convertirse en experiencia. Una empresa que entiende que el futuro de la comunicación no está solo en los algoritmos, sino en el arte de diseñar interacciones humanas con la precisión de la innovación.



Blanco y Negro

Escribe: Pierina Aste

Hay combinaciones que no fallan. Y entre todas, el blanco y el negro se alzan como el dúo dinámico por excelencia: sobrios, elegantes, atemporales. Esta pareja de opuestos ha escrito páginas enteras en la historia de la moda, desde los trajes icónicos de Coco Chanel hasta los desfiles más contemporáneos en las capitales del estilo. En esta nueva era, donde el minimalismo vuelve a ganar terreno, el blanco y negro vuelve a ser la estrella absoluta. Hace un mes, mi hermana viajó a París, la ciudad donde el estilo respira en cada esquina, y me contó que en sus calles, cafés y pasarelas improvisadas, los looks predominantes se construían casi siempre en torno a esta dupla. Desde pantalones sastre negros combinados con camisas blancas oversize, hasta vestidos fluidos con detalles gráficos: todo hablaba el lenguaje del contraste. Esa armonía visual entre luz y sombra que solo estos dos colores saben lograr. En Lima, donde cada vez se valora más lo atemporal y lo elegante, esta tendencia merece pisar fuerte. Pero más allá de seguirla por moda, hay que saber cómo llevarla según nuestras propias proporciones y estilos. Porque sí, aunque el blanco y negro son neutros, el truco está en utilizarlos estratégicamente para resaltar lo mejor de cada tipo de cuerpo. Para cuerpos en forma de pera —aquellos con caderas más marcadas y hombros más estrechos—, el consejo es optar por prendas negras en la parte inferior, como pantalones, faldas o shorts. El negro tiene la virtud de estilizar y

equilibrar visualmente la figura. En cambio, en la parte superior, los tonos blancos o claros atraerán la atención hacia el rostro y los hombros, creando armonía. Para siluetas con forma de triángulo invertido —hombros anchos y caderas más delgadas—, la fórmula se invierte: llevar blanco o colores claros en la parte inferior aporta volumen y equilibra. Los pantalones blancos, por ejemplo, son ideales para generar esa sensación de simetría tan deseada. Combinar con tops negros o de colores oscuros ayuda a estilizar la parte superior. Y si tienes cuerpo tipo reloj de arena, con curvas proporcionadas entre busto y caderas, estás de suerte. Puedes jugar con ambos colores sin miedo, experimentar con cortes ceñidos o relajados, e incluso incorporar patrones o bloques de color que mezclen blanco y negro en la misma prenda. Esta silueta lo permite casi todo. Más allá de las reglas, lo más importante es divertirse. Yo ya estoy imaginando outfits monocromáticos con toques vibrantes: un vestido negro con un bolso rojo, o un conjunto blanco con zapatos metálicos. Porque el blanco y negro no tienen por qué ser aburridos; pueden ser la base perfecta para destacar cualquier accesorio, textura o detalle. ¿Y tú? ¿Ya pensaste cómo vas a incorporar este dúo eterno en tus próximos looks? La moda también es una forma de expresión, y con estos tonos clásicos, tienes un lienzo en blanco —y negro— para crear tu propia historia.





P.Chu Joy

PARTICIPA POR UN DEPA AMOBLADO DE S/ 510 000 A S/ 8.50



SUSCRÍBETE

PCHUJOY.COM

*Aplican términos y condiciones



Isabella Merino: Elegancia que transciende un legado

Antes de ser una marca, fue un anhelo. Isabella Merino surgió como la promesa personal de crear un espacio donde la moda hablara de autenticidad y confianza, más allá de la prisa de las tendencias. Con el tiempo, ese sueño tomó forma en una firma que hoy se erige como referente de la moda peruana, uniendo creatividad, visión estratégica y la fuerza resiliente de quien persiste hasta convertir la ilusión en legado.

Escribe: Romina Polti

Un inicio marcado por la visión y la resiliencia

El nacimiento de Isabella Merino estuvo inspirado en una ilusión: la de ofrecer a las mujeres prendas capaces de generar confianza y felicidad. No fue un camino trazado en un plan corporativo, sino la materialización de un deseo profundo de crear una moda que tuviera alma. Ese espíritu inicial se sostuvo en la perseverancia y la fe, cualidades que permitieron transformar los desafíos propios del sector en aprendizajes que marcaron la esencia de la marca.

Cada adversidad se convirtió en un impulso para crecer. La resiliencia se transformó en un valor central, acompañada de una visión clara y coherente, que permitió consolidar un nombre en un rubro competitivo y en constante evolución. Más que

prendas, la firma empezó a construir una filosofía: vestir a la mujer desde su autenticidad.

Coherencia en medio de la velocidad de las tendencias

La moda, cambiante y volátil, exige una capacidad constante de adaptación. Sin embargo, en Isabella Merino la apuesta nunca fue perderse en el vaivén de las tendencias pasajeras. El mayor aprendizaje ha sido sostener una identidad inquebrantable, respetando los valores que dieron origen a la marca y convirtiéndolos en brújula para cada decisión estratégica.

Esa consistencia no significa rigidez. Por el contrario, la marca ha demostrado que la adaptación inteligente es posible sin renunciar a la esencia. Esa visión de largo plazo le ha permitido crecer en un sector competitivo, posicionándose como un sello de confianza y elegancia en el vestir femenino.

Moda consciente y atemporal como respuesta al futuro

La mirada de Isabella Merino hacia los próximos años se alinea con una tendencia global: el consumo consciente. Frente al vértigo del fast fashion, la firma propone un camino distinto: el del slow fashion, el minimalismo y las piezas versátiles que acompañan a la mujer más allá



de una temporada. Cada diseño es pensado como un fondo de armario atemporal, una inversión estética que trasciende estaciones.

Para lograrlo, el equipo se mantiene en constante investigación de las tendencias internacionales, pero siempre con un pro-

ceso de traducción cultural hacia la mujer peruana. Así, la marca logra un equilibrio entre estar a la vanguardia y mantener una estética propia, coherente y reconocible.

Un legado que trascienda fronteras

Más allá de las colecciones, Isabella Me-

rino trabaja con la convicción de construir un universo que inspire seguridad y poder en quienes lo habitan. La visión de futuro es clara: convertirse en un símbolo de confianza, elegancia y autenticidad, demostrando que desde Perú se pueden gestar marcas con estándares globales.



El legado que persigue la diseñadora va más allá del diseño de prendas. Busca transformar la relación de la mujer con la moda, entendida no solo como un gesto estético, sino como una herramienta de empoderamiento personal y social. En esa búsqueda, Isabella Merino deja una huella que no se

mide en temporadas, sino en la capacidad de generar una voz propia en la moda peruana e internacional.

El relato de Isabella Merino es el de una marca que no teme a los ciclos de la moda porque su fortaleza está en aquello que tras-

ciende: la autenticidad, la resiliencia y la promesa de vestir a la mujer con elegancia consciente. En un mundo donde lo inmediato suele imponerse, su propuesta recuerda que la verdadera modernidad está en lo eterno.



P.Chu Joy

**PARTICIPA POR UN
DEPA
AMOBBLADO
DE S/ 510 000
A S/ 8.50**

SUSCRÍBETE

PCHUJOY.COM



*Aplican términos y condiciones

Diseñar desde el corazón, habitar desde la esencia



Fundado por dos hermanos que comparten una misma sensibilidad estética, el estudio Arquitectura +Q se ha convertido en una voz silenciosa y poderosa dentro del panorama arquitectónico peruano.

Con una visión que equilibra lo ancestral y lo contemporáneo, su trabajo es una defensa poética del espacio, la luz y el vacío. Esta es su mirada sobre el oficio, el tiempo y el legado.

Escribe: Anghelo Escudero





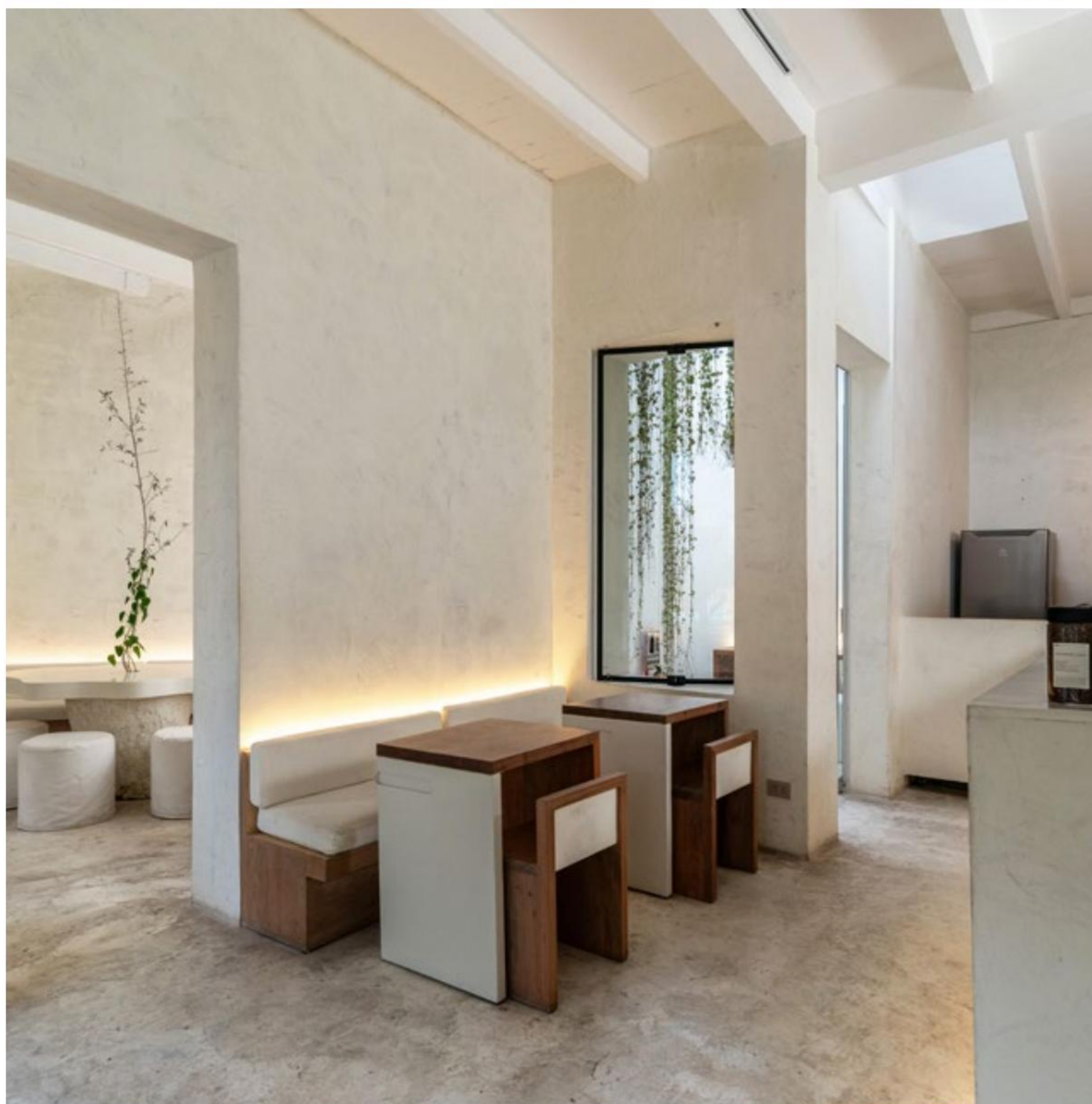
Una visión familiar, una vocación compartida

En un mundo arquitectónico donde muchas veces se impone la espectacularidad, Arquitectura +Q ha elegido el rigor, la contención y la profundidad como su lenguaje distintivo. Más que una sociedad profesional, el estudio nace de un lazo irrompible: la hermandad. “Nos unió la pasión por hacer arquitectura y el vínculo de ser hermanos.

“

“Nos unió la pasión por hacer arquitectura y el vínculo de ser hermanos. Compartimos ideales que van más allá del diseño”, explican.

Esa conexión emocional se traduce en una arquitectura con propósito, donde la





familia, la escucha y la intimidad del habitar son ejes fundamentales.

Materia, sombra y silencio: el arte de lo esencial

La arquitectura de +Q se construye desde el vacío, desde una aproximación que privilegia lo sensorial por encima de lo formal. “Nuestro proceso nace desde la investigación, la intuición y la escucha”, afirman. Lejos de imponer un estilo, buscan crear atmósferas habitables, donde los materiales dialoguen con la luz y la memoria. El resultado son espacios que se sienten atemporales, donde cada textura, cada sombra, cada elección responde a una idea clara: más experiencia.

Raíces peruanas, vocación universal

Para este colectivo, lo ancestral no es un vestigio del pasado, sino una fuente viva de inspiración. Desde la sobriedad de los materiales naturales hasta la precisión en la iluminación, su propuesta apuesta por una estética serena que se siente profundamente peruana y, a la vez, abierta al mundo. “Nos mueve una estética donde el verdadero lujo está en la calidad del espacio”, dicen. Así, su trabajo propone una arquitectura con raíces profundas y visión de futuro.

Una ética arquitectónica con proyección de legado

Más allá de su portafolio, +Q cultiva una ética clara: crear desde la honestidad, con respeto por los ritmos del habitar y un fuerte anclaje en el entorno. “Queremos que la arquitectura peruana sea reconocida no solo por su historia milenaria, sino por su potencial creativo actual”, afirman. ¿Y cómo imaginan sus obras dentro de cincuenta años? “Que sigan vivas. Que inspiren a diseñar desde lo humano”.

Arquitectura +Q nos recuerda que el espacio no solo se construye: también se siente, se habita, se recuerda. Su obra es una invitación a volver a lo esencial y a proyectar desde lo íntimo, sin perder la fuerza de lo colectivo.



LOS TRENDS: ¿Copias repetidas o estrategia necesaria?

Escribe: Camila Bazán

Tendencias en redes sociales: síguela, pero hazla tuya Te pasa que abres TikTok y ves el mismo tipo de video mil veces; Luego, abres Instagram y... ahí está otra vez. Las tendencias tienen ese poder: invadir nuestro feed en cuestión de horas. Pero también tienen una mala fama: “todas hacen lo mismo” o “ya me cansé de verlo”. La realidad es que las tendencias son una herramienta poderosa para ganar alcance, conectar con nuevos públicos y refrescar tu contenido. El truco no está en ser el primero, sino en saber cuándo y cómo hacerlas tuyas para que no parezca que solo estás copiando.

Por qué deberías seguir tendencias

Las tendencias son como una ola: si te subes en el momento justo, te llevan más lejos con menos esfuerzo. Las plataformas premian el contenido que se alinea con lo que más interacción genera en ese momento, y eso se traduce en más visibilidad. Además, las tendencias hacen que tu marca se sienta actual, cercana y “en la conversación”. Si

tu comunidad ve que participas en algo que ya está en su radar, es más probable que interactúe porque siente que hablas su idioma digital. **Cuándo hacerlas (y cuándo no)** Aquí está la clave: no todas las tendencias son para ti. Hazlas cuando encajen con tu mensaje, tu personalidad de marca y tu público. Evítalas si no tienes un ángulo claro para adaptarlas o si se sienten forzadas. Los trends pasan rápido: pueden durar desde 48 horas hasta un par de semanas. Si tardas demasiado en sumarte, corres el riesgo de llegar cuando la ola ya pasó. Por eso, es importante tener un ojo entrenado

(o un equipo que te alerte) para identificar el momento justo. **Dónde aprovecharlas mejor TikTok:** Donde nacen la mayoría de tendencias y el lugar donde suelen explotar primero. **Instagram Reels:** Aquí llegan después, pero todavía con fuerza. Ideal si tu público es más visual y estético. **Stories:** Perfectas para tendencias rápidas, challenges ligeros o formatos interactivos que no requieren tanta producción. **Ahora... ¿Cómo diferenciarte del resto?** La diferencia entre verse genérico o destacar está en la personalización. **Adapta**

el guion: Si la tendencia es un audio viral, cambia el texto o la situación para que hable de tu industria, tus clientes o tu historia. **Usa tu estética:** Mantén tus colores, estilo visual y tono de voz. La gente debe reconocer que es tuyo aunque sea una tendencia. **Agrega valor:** En lugar de solo seguir el chiste, aporta un tip, un dato o una reflexión que lo convierta en algo útil para tu público. **Un último sorbo de este té** Seguir tendencias no significa perder autenticidad. Significa usarlas como puente para llegar a más personas y luego enamorarlas con tu propuesta única y diferencial. Puedes aprovecharlo para conectar.

Si aprendes a detectar cuáles sí son para ti, ejecutarlas rápido y adaptarlas con tu estilo, las tendencias dejarán de ser un riesgo de “copiar” y se convertirán en un acelerador de visibilidad. Y si todavía sientes que te pierdes un poco, recuerda que siempre puedes tener un plan detrás que te guíe. En CB Studio vivimos al día con lo que está pasando en redes, pero siempre con un toque que lo hace nuestro. Porque en este mundo digital, la clave no es solo sumarte a la ola... sino surfearla con tu propio estilo.





TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



Festín: seis años de

El restaurante familiar liderado por mujeres renueva su compromiso con la cocina regional, la sostenibilidad y la experiencia al aire libre, marcando una nueva etapa de expansión, colaboración y creatividad gastronómica.

Escribe: Jade Bermeo

Un legado que se transforma: De madre a hija

En un entorno donde la gastronomía es memoria y futuro, Festín, el restaurante ubicado en el km 299 de la Panamericana Sur (Subtanjalla – Ica), celebra sus seis años de vida reafirmando su compromiso con la cocina regional, el producto local y la experiencia consciente. Fundado el 13 de junio de 2019 por Elsa Alejos, cocinera iqueña con profunda conexión con las raíces culinarias del sur peruano, Festín es hoy liderado por su hija, Paloma Arones, representante de la segunda generación y actual gerente general.

Una empresa con impacto real

Lo que comenzó como un negocio familiar ha evolucionado hasta convertirse en uno de los referentes gastronómicos del sur del país. Hoy, Festín factura más de 5 millones de soles al año, consolidando su crecimiento sostenido y su impacto económico en la región.

Resiliencia y evolución con propósito

Festín es más que un restaurante: es un proyecto familiar que ha sabido adaptarse y transformarse. Nació en medio de desafíos como la pandemia, pero gracias al trabajo de un equipo humano comprometido —muchos de ellos presentes desde el inicio— ha logrado consolidarse como una propuesta gastronómica con identidad, sostenibilidad y visión a futuro.

Sabores que nacen de la tierra y la memoria

Su cocina se inspira en la tradición iqueña, pero incorpora técnicas modernas y fusiones italianas en platos como el vitello tonato, la causa de pallares verdes con corvina escabechada – legado de Elsa –, el risotto al funghi con dados de lomo, o los fettuccini caseros al pesto o en salsa huancaína con lomo fino. La propuesta se complementa con una coctelería de autor, basada en jarabes naturales y sabores peruanos reinterpretados con creatividad y



Historia y evolución





frescura, que han convertido a su bar en un protagonista clave de la experiencia Festín.

Distinciones y visibilidad nacional

Este 2025, Festín fue seleccionado por la Municipalidad Provincial de Ica para formar parte de las actividades oficiales por el aniversario de la ciudad, siendo reconocido por medios nacionales como Andina. Esta participación ratifica su valor como embajador cultural y gastronómico de la región.

Sostenibilidad desde la raíz

Además, Festín cuenta con una huerta propia, desde donde se abastece de productos frescos que refuerzan su enfoque ecológico. Como parte de su compromiso ambiental, el restaurante trabaja en un proyecto conjunto con la Municipalidad de Subtanjalla para el upcycling de más de 2000 botellas de vidrio, las cuales serán transformadas en infraestructura decorativa y funcional dentro del restaurante.

Un espacio que crece junto con su comunidad

En línea con su espíritu de crecimiento constante, actualmente se encuentra desarrollando una nueva terraza al aire libre,





que ampliará su capacidad (hoy de 300 personas) y ofrecerá nuevas experiencias gastronómicas rodeadas de áreas verdes.

Eventos, activaciones y comunidad

Festín también se consolida como plataforma de visibilidad para otros emprendimientos emergentes, brindando espacio a marcas de valor en eventos temáticos. Un ejemplo de ello fue la Feria de Mujeres Emprendedoras, organizada por el Día de la Mujer, donde se reunieron marcas que ofrecen productos y servicios de calidad con propósito. Además, en alianza con Taqará y Lagunilla, Festín impulsó el Paloma Week, el primer crossover entre tres barras locales en Ica, promoviendo la colaboración entre marcas regionales.

Innovación desde la barra

La creatividad líquida también ha rendido frutos: Festín Bar fue el ganador del concurso nacional Sinsonte Spritz con su cóctel de autor Herencia Spritz, elaborado con pisco Malamor, Sinsonte, espumante Intipalka y un licor casero de pallares. Esta victoria posiciona a su barra como una propuesta innovadora y con proyección nacional.

Justamente, como parte de su evolución, el equipo impulsó la creación de su propio destilado artesanal —Malamor— inspirado en la tradición pisquera iqueña, marcando el inicio de una nueva marca con propósito.

Mirando hacia el futuro con identidad

Con seis años de historia, Festín avanza con paso firme hacia el futuro, guiado por un propósito claro: elevar la experiencia del cliente sin perder la esencia que lo hizo nacer. Su cocina, su equipo y su entorno celebran no solo la tierra y el sabor, sino también la calidez de una mesa compartida, donde cada plato cuenta una historia y cada visita se convierte en un recuerdo.





Tendencias que definirán el marketing de influencers en 2026

Escribe: Melissa Valencia

La Generación Z no es solo una audiencia digital. Es protagonista, creadora y curadora de tendencias. Nacieron con un smartphone en la mano, crecieron en un entorno saturado de estímulos visuales y aprendieron a filtrar lo superficial de lo auténtico con una precisión casi instintiva. Ya no consumen contenido de forma pasiva: lo producen, lo transforman y deciden qué vale la pena compartir. Para las marcas, esto implica una verdad contundente: adaptarse o quedar fuera del juego. Los datos lo demuestran. El 81% de los Gen Z valora la autenticidad, el 74% prioriza conexiones reales, el 76% busca relevancia y el 86% espera que las marcas tengan un propósito definido. No son meros consumidores: son una generación crítica que exige coherencia, participación y causas genuinas.

¿Qué tendencias están marcando el ritmo hacia el 2026? UGC como motor central: El User Generated Content dejó de ser un extra para convertirse en el núcleo de las estrategias. La Gen Z confía más en personas reales —no en actores ni guiones perfectos— mostrando productos en situaciones cotidianas. Lo orgánico supera lo aspiracional. **IA como aliada creativa:** La Inteligencia Artificial no reemplaza la creatividad humana, la potencia. Esta generación la adopta como copiloto para co-crear, personalizar y acelerar procesos. Integrarla de forma honesta en las campañas no solo suma eficiencia, sino también conexión emocional. Como siempre digo, esta es la nueva

base del influencer marketing. **Influencers con propósito:** El “seguir por seguir” ya no aplica. La Gen Z conecta con creadores que defienden causas claras: sostenibilidad, diversidad, inclusión. Pero no basta con mencionarlás; quieren acciones reales. Valoran a quienes impactan desde su comunidad, barrio o entorno inmediato. **Métricas con sentido:** Los likes ya no son moneda de cambio.

Esta generación valora la calidad de la interacción: una respuesta oportuna a un DM o una historia genera más impacto que mil visualizaciones vacías. La conversación —y no la vanidad— se ha convertido en la nueva métrica. **Relaciones a largo plazo:** Prefieren ver colaboraciones duraderas entre marcas e influencers. No quieren campañas aisladas, sino narrativas consistentes que reflejen vínculos genuinos. La confianza se construye con el tiempo, no con una sola publicación. **Briefs colaborativos:** La Gen Z no quiere ser espectadora: quiere participar, aportar, co-

crear. Espera que las marcas la incluyan desde el concepto, convirtiéndose en coautora del mensaje. No se está adaptando a las reglas del marketing de influencers. Las está reescribiendo. Y quienes no lo entiendan, simplemente quedarán fuera de la conversación. Porque para ellos, la autenticidad, el propósito y la participación no son una tendencia: son un requisito. Hace poco le pregunté a mi hija Annia, de 11 años, qué quería ser de grande. “Generadora de contenido”, me dijo con naturalidad. Ella es parte de la Generación Alfa. Si así piensa la próxima ola, imagina lo que nos espera. La Z ya dicta las reglas. Pero la Alfa... está a punto de comenzar a jugar.



TUMBES · PIURA · CHICLAYO
TRUJILLO GOLF · TRUJILLO CENTRO
CAJAMARCA · LIMA AIRPORT · LIMA CITY
WYNDHAM GRAND · AREQUIPA
CUSCO · PUCALLPA

30
años

Haciendo Perú

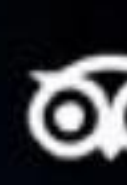
+11,270
personas
contratadas

+5,458,961
huéspedes
atendidos

12 hoteles
9 destinos en
todo el Perú

 **COSTA DEL SOL**
HOTELES

 **WYNDHAM®**

   | www.costadelsolperu.com



TEDx: inspirar desde la juventud

Una jornada marcada por la convicción, la valentía y el liderazgo. TEDxCamacho Youth reunió a jóvenes líderes, expertos y emprendedores con una consigna clara: las nuevas generaciones no solo hablan, también hacen. En exclusiva, Fernanda del Carmen Espinoza, organizadora del evento, comparte los retos, aprendizajes y sueños detrás de este encuentro inolvidable.

Escribe: Jade Bermeo

Cuando la juventud deja de esperar: Nace TEDxCamacho Youth

El escenario estaba dispuesto. Luces rojas, alfombra negra, pantallas brillantes. Pero lo que hizo especial al TEDxCamacho Youth, celebrado en el auditorio del Británico de Camacho, no fue su escenografía, sino el fuego que traían sus speakers: jóvenes comprometidos, líderes sociales, creadores, educadores, comunicadores, entre otros. En total, once voces que decidieron no esperar a que el mundo cambie, sino ser el cambio.

La arquitecta detrás de este sueño fue Fernanda Espinoza Echevarría, una joven de 18 años que desafió estereotipos y abrió camino a una generación que busca su lugar desde la acción. Fundadora de Proyecta Mentory, activista por la educación y promotora de oportunidades para adolescentes, Fernanda asumió el reto de obtener la licencia oficial TEDx, formar un equipo de voluntariado y llevar a cabo uno de los eventos más prometedores del año.

“Cuando lidero proyectos grandes, no suelo mencionar mi edad. Pero justo antes de salir al escenario, un ponente me la preguntó... y decidí cambiar mi discurso. ¿Qué mejor lugar que este evento, hecho para inspirar a los jóvenes, para dar testimonio de lo que podamos llegar a construir?, afirma Fernanda con claridad.

La potencia de las ideas: Voces que transforman

Los nombres en el cartel eran diversos, pero tenían algo en común: una historia potente y una idea que merecía ser escuchada. Entre ellos destacó Cristian Arens, referente

en finanzas y mentalidad emprendedora; Carla Olivieri, exrectora universitaria con más de 20 años en liderazgo educativo y transformación empresarial; Juliana Romero, chef especializada en gastronomía sostenible y Diego Heysen, empresario y periodista, quien ofreció una reflexión lúcida sobre cómo las ventas impactan en el desarrollo de las ideas de negocios.

Cada ponente llevó a escena un relato íntimo, pero con una mirada colectiva. Se habló de salud mental, sostenibilidad, comunicación, educación, liderazgo femenino, gastronomía y más, lo que abrió espacio para nuevas narrativas: las que no nacen desde el éxito absoluto, sino desde la resiliencia y la autenticidad.

“Para mí era muy importante que no se sintiera como un espectáculo. Quería que cada asistente se fuera con algo sembrado adentro. Una inquietud, una idea, una conexión. Eso es lo que hace que este tipo de eventos dejen huella”, señala Fernanda.

Una jornada que encendió conciencias

Lo vivido en el auditorio del Británico de Camacho superó toda expectativa. TEDxCamacho Youth no fue solo un evento de oratoria, sino un espacio seguro, íntimo y transformador. Así lo define Fernanda Espinoza, su organizadora: “Fue la prueba de que los espacios seguros para la juventud pueden y deben existir”.

Muchas personas vivieron un encuentro en el que la palabra no fue ornamento, sino herramienta. Desde los ponentes hasta el público, cada uno fue testigo de un ambiente donde la vulnerabilidad fue celebrada y la autenticidad, aplaudida.

Impacto real, conexiones duraderas

El evento generó repercusiones inme-

diatas. Como señala Fernanda, al día siguiente ya había mensajes de asistentes que se sintieron conmovidos, representados, empoderados: “Muchos me escribieron para decirme que salieron transformados. No solo por lo que escucharon, sino porque vieron que era posible liderar desde su edad, desde su historia”.

Uno de los momentos más emotivos lo protagonizaron dos hermanas que llegaron desde Juliaca. “Cuando me dijeron que habían venido desde tan lejos solo para escucharnos, me conmoví mucho”, cuenta Fernanda. “Eso también es TEDx: mover a las personas, físicamente y emocionalmente”.

Este gesto simbolizó el alcance del evento: las ideas no conocen fronteras cuando logran tocar fibras humanas profundas.

El futuro ya está en marcha: Una segunda edición a la vista

El impacto de TEDxCamacho Youth no fue efímero. Su alcance, tanto emocional como estructural, ha motivado a Fernanda Espinoza y su equipo a mirar hacia el 2026 con renovada ambición. Desde ahora, ya se proyecta una segunda edición con más espacio para la diversidad de voces jóvenes del país.

“La idea es seguir amplificando estos mensajes, descentralizar las historias y dar voz a más juventudes que, aunque no siempre tengan visibilidad, están cambiando sus realidades desde donde están”, revela Fernanda en exclusiva.

Con ello, TEDxCamacho Youth apunta no solo a consolidarse como una plataforma anual, sino también a convertirse en una comunidad permanente, capaz de generar impacto más allá del escenario y el aplauso.

Convertir el ruido en claridad

En una televisión marcada por el vértigo de lo urgente, Claudia Chiroque periodista y conductora de Buenos días Perú, ha forjado una narrativa que no solo informa, sino que acompaña. Con temple y calidez, con precisión y humanidad, Claudia se ha convertido en una voz de confianza para millones de peruanos que inician su jornada buscando claridad en medio del ruido. Su labor, más que informar, es contener, traducir y dar sentido. Y en esa tarea cotidiana, tan intensa como silenciosa, ha encontrado una forma de ejercer el periodismo que no sacrifica ni la empatía ni el rigor.

Escribe: Romina Polti

Claridad sin adornos, humanidad sin concesiones

En un país donde la agenda cambia minuto a minuto, Claudia Chiroque ha elegido no perderse en la velocidad. Frente al caos informativo, su brújula es la responsabilidad. Como ella misma reconoce, Buenos días Perú no solo transmite hechos: gestiona emociones. La apuesta es clara —y también difícil—: ofrecer un lenguaje directo, sin ornamentos, pero que no olvide jamás que detrás de la pantalla hay personas. Ciudadanos que necesitan comprender, decidir y sentir.

Conectar con ellos implica algo más que comunicar: es un acto de escucha implícita, de sintonía emocional. En ese equilibrio entre firmeza y calidez, Claudia construye cada día una relación de confianza. Su voz no solo reporta; también acompaña.

Narrar al Perú: un ejercicio de conciencia diaria

Contar la realidad nacional, con todas sus luces y sombras, ha sido para Claudia un camino que la devuelve constantemente a su rol de ciudadana. El

oficio no la ha blindado frente a la incertidumbre; por el contrario, la ha vuelto más consciente de ella. Informar no es automatizar la mirada, sino resistirse a normalizar el caos sin perder la capacidad de asombro, incluso ante lo esperanzador.

Esa doble conciencia —la de la abogada formada en el lenguaje de la ley y la de la periodista que narra desde la calle— le ha permitido habitar un lugar donde la vocación se encuentra con la ética. En tiempos de cinismo generalizado, mantenerse firme ante la injusticia no es un gesto menor. Es, quizás, la decisión más radical y necesaria.

Rigor como respeto, verdad como compromiso

En la era de la desinformación viral y los titulares vacíos, Claudia sostiene una premisa innegociable: la velocidad jamás debe reemplazar al rigor. La verificación no es solo una exigencia técnica, es un acto de respeto hacia el público. Porque informar —dice ella— no es llenar un espacio en la programación, sino ofrecer herramientas reales para enfrentar el día.

Ese respeto se convierte en un compromiso



ético y emocional que estructura toda su práctica. En un país saturado de ruido, el silencio también comunica, y la precisión es una forma de cuidado. La confianza del público, ganada a pulso, no es un lujo; es el corazón mismo del oficio.

La pandemia: un antes y un después

Entre las muchas coberturas que han marcado su trayectoria, Claudia no duda en nombrar la pandemia como una de las más difíciles y transformadoras. La televisión se convirtió en un espacio de duelo colectivo, de urgencia cotidiana, de vulnerabilidad. El reto era sostener la voz mientras el miedo también tocaba a la puerta de casa. Narrar la muerte, gestionar la angustia, contener la emoción... todo mientras se informaba.

Fue ahí, quizás más que nunca, donde se evidenció su temple. La credibilidad, para ella, no se construye solo con datos, sino con presencia, con sensibilidad. Con la capacidad de ser vehículo de la noticia sin dejar de ser humana. Ese equilibrio — preciso, frágil, valiente — es el que hoy la define frente a la pantalla y detrás de ella.





LA AUTOMATIZACIÓN DEL SERVICIO DE LA
(ATU) EMITE
COMO SE SABE, MÁS
CONCESIONARIAS ENCUENTRAN
METROPOLITANO ANUNCIA
EL SERVICIO A PARTIR DE AG
CONVOCADAS POR LA ATU N
DESEQUILIBRIO FINANCIERO
LOS COSTOS DE OPERACIÓN
ENCIMA DE LOS INGRESOS
SISTEMA NO SEA AUTOMATIZADO
PERMANENTE DESDE SU D
LA ATU NO CORRIJA SU D
PARTE DEL SISTEMA. D
LA ATU DE NO REDUCIR
ILUSTRACIÓN DE NO REDUCIR
DEL SERVICIO. EMAT





VICTORINOX

NUEVA COLECCIÓN
EDICIÓN EXCLUSIVA
EN HOMENAJE A LAS
ARTESANÍAS PERUANAS

FROM THE MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE™
ESTABLISHED 1884



ADQUIERA AQUÍ LA COLECCIÓN ARTESANÍAS
DEL PERÚ, EDICIÓN EXCLUSIVA.





Cuidado que trasciende

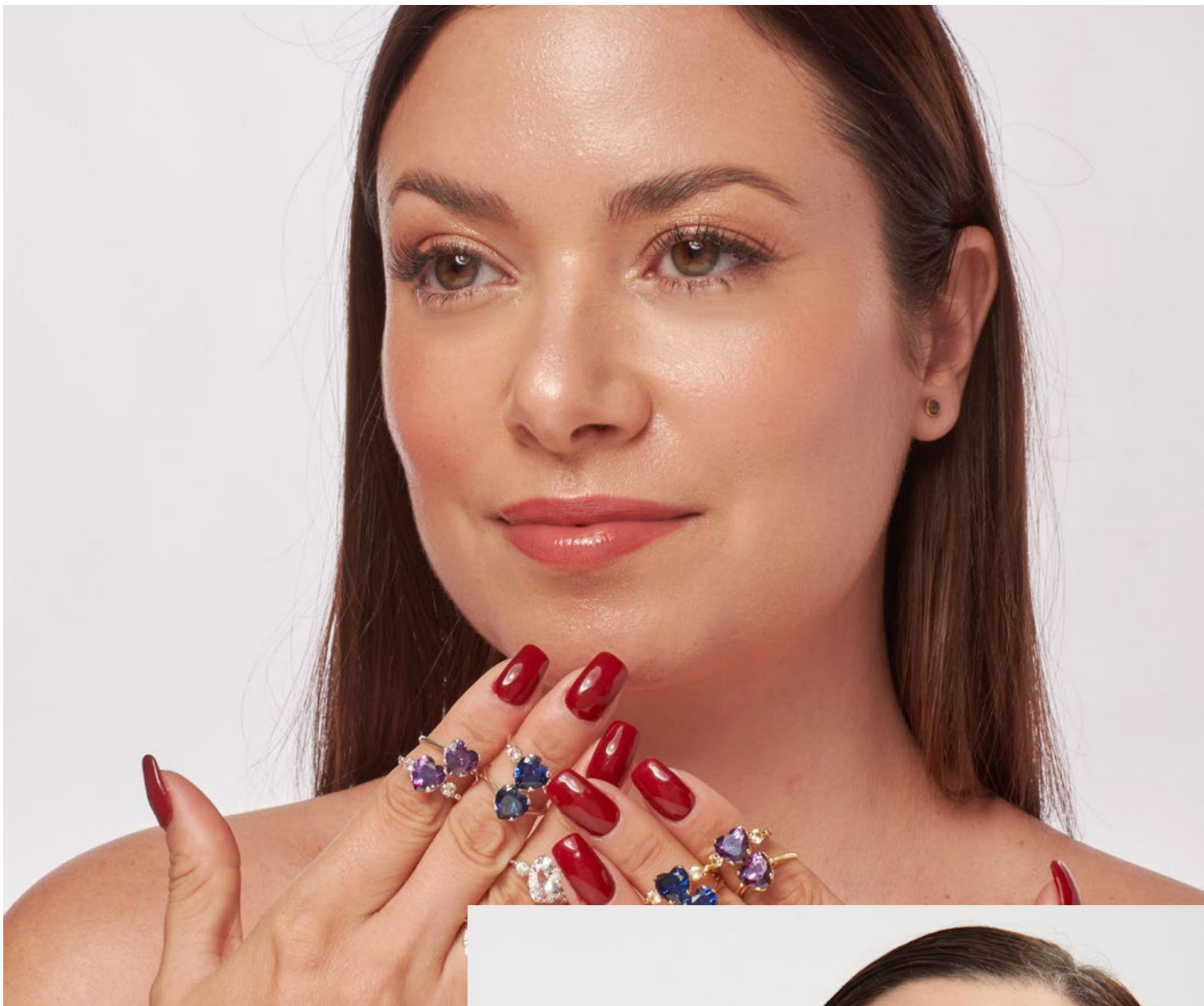


Fue en el silencio de una crisis personal que Lourdes Martínez encontró el propósito de Lou Botanicals, no como una idea de negocio, sino como un acto de amor desesperado. Mientras su madre enfrentaba una enfermedad, Lourdes descubrió que el cuidado, el de verdad, el que toca piel y espíritu no podía seguir siendo un gesto estético, sino un compromiso vital. Así nació su primer emprendimiento: como una afirmación íntima de que todas las personas merecen sentirse cuidadas y sostenidas, incluso en sus horas más frágiles.

Escribe: Romina Polti

La herida como origen: marcas que nacen de lo vivido

Lejos de los manuales de marketing y de las métricas de conversión, Lou Botanicals emergió de un lugar profundamente humano. Su fundadora, Lourdes Martínez, no diseñó una estrategia de producto: respondió a una necesidad emocional. Las fórmulas que creó para proteger la piel de su madre se convirtieron en el lenguaje silencioso



de un amor que no sabía rendirse.

Con el tiempo, ese impulso se transformó en una filosofía: cada proyecto que Lourdes emprende nace como respuesta a una vivencia, no a una tendencia. En lugar de productos, ofrece excusas para sanar; en lugar de campañas, propone conversaciones internas. Así, cada marca que crea se convierte en un gesto íntimo y colectivo a la vez: una manera de recordarnos que somos dignos de cuidado, más allá de lo visible.

Visión, pero con raíz: coherencia como brújula en tiempos cambiantes

En un entorno tan mutable como el del bienestar y la espiritualidad, Lourdes ha aprendido que la fidelidad a una visión no basta si no está anclada en la propia verdad emocional. No hay separación entre su evolución personal y las decisiones que toma como empresaria: si ella cambia, su marca también. Si se oculta, el branding pierde nitidez. Para ella, lo estratégico empieza por lo honesto.





Antes de dar cualquier paso, se pregunta si está dispuesta a sostener esa decisión con energía, no solo con recursos. Esa claridad le permite ir más lento, sí, pero también más profundo. En un mercado regido por la velocidad y la viralidad, Lourdes elige la alineación interna como su verdadero diferenciador.

El desafío de sostener una promesa que no se puede medir

Construir un ecosistema que apuesta por la transformación real, y no por el consumo veloz, tiene un precio. Lou Botanicals y sus marcas hermanas no venden productos; ofrecen experiencias que impactan el alma, y eso exige una integridad difícil de mantener. Lourdes ha tenido que decir no a alianzas rentables, resistirse a fórmulas de producción más económicas, y priorizar la educación por encima de la escala.

La tentación de simplificar está siempre presente, pero ella se niega a vender la esencia de sus marcas en nombre de la rentabilidad. “El futuro pertenece a quienes se atreven a ser radicalmente honestos”, afirma. Esa es su apuesta: que la profundidad tenga más peso que la inmediatez, y que sostener una promesa valga más que multiplicar cifras.

Más que una marca, una forma de estar en el mundo

El legado que Lourdes Martínez desea construir no tiene forma de logo ni se mide en unidades vendidas. Su aspiración es más intangible, pero también más revolucionaria: quiere que quienes pasen por Lou —como clientas, colaboradoras o aliadas— salgan más libres, más conectadas con su intuición y más conscientes de su valor.

No busca ser recordada como una CEO, sino como una mujer que ayudó a otras a recordar quiénes eran antes del olvido. Si algún día ella no está, su deseo es que sus marcas sigan hablando el mismo idioma: el del cuidado real, el del amor propio que no se grita, sino que se practica en silencio, todos los días.

En un tiempo donde lo superficial suele enmascarar lo esencial, Lou Botanicals aparece como un recordatorio luminoso: las marcas pueden nacer del dolor, pero transformarse en belleza compartida. Y cuando eso sucede, el emprendimiento deja de ser negocio para convertirse en legado.



Gobierno Corporativo: El Pilar que Fortalece la Confianza Empresarial en el Perú

Escribe: Karol Boza

En un entorno empresarial cada vez más expuesto al escrutinio público, a los riesgos reputacionales y a exigencias regulatorias crecientes, el Gobierno Corporativo se ha consolidado como una herramienta clave para fortalecer la confianza de los inversionistas, colaboradores, proveedores y la sociedad en general. **¿Qué es el Gobierno Corporativo?** El Gobierno Corporativo puede definirse como el conjunto de principios, normas y prácticas que regulan la estructura y el funcionamiento de los órganos de gobierno de una empresa, con el objetivo de garantizar una gestión transparente, ética y eficiente, orientada a la sostenibilidad y al valor a largo plazo (OCDE, 2015). En el contexto peruano, la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) ha establecido la “Ley Marco de Gobierno Corporativo” mediante la Resolución SMV N.º 002-2020-SMV/01, la cual promueve la adopción voluntaria de prácticas que fortalezcan la transparencia y la rendición de cuentas en las empresas peruanas. Esta norma se basa en los cinco pilares reconocidos internacionalmente: derechos de los accionistas, tratamiento equitativo de los accionistas, rol de los stakeholders (grupos de interés), transparencia de la información, y responsabilidades del Directorio (SMV, 2020). **¿Por qué el Gobierno Corporativo incrementa la confianza?** El vínculo entre Gobierno Corporativo y confianza se manifiesta en varios niveles. En primer lugar, los inversionistas y socios estratégicos priorizan aquellas organizaciones que ofrecen garantías de buena gestión, previsibilidad y control de riesgos, lo que se traduce en menores costos de capital y mayor acceso a financiamiento (Shleifer & Vishny, 1997). Asimismo, un directorio profesional, independiente y diverso es clave para mitigar conflictos de interés y tomar decisiones alineadas al interés de la empresa y sus accionistas. La

transparencia en la información financiera y no financiera permite detectar alertas tempranas de riesgo, facilitando una cultura de cumplimiento y ética organizacional. En efecto, en su estudio sobre mercados emergentes, La Porta et al. (2000) demostraron que los países con mejores estándares de Gobierno Corporativo tienen mayores niveles de inversión y crecimiento económico sostenido. El Perú, como parte de la Alianza del Pacífico, ha venido impulsando estos estándares mediante la adopción de buenas prácticas, especialmente en empresas listadas, pero también en las familiares y privadas que buscan profesionalizar su gestión. **El Gobierno Corporativo en las empresas peruanas** Según el informe de cumplimiento del Código de Buen Gobierno Corporativo (SMV, 2023), el 78%

de las empresas supervisadas informaron avances en prácticas como la independencia del directorio, la existencia de comités de auditoría y la gestión de riesgos. No obstante, aún persisten retos en sectores no regulados, especialmente en pequeñas y medianas empresas, donde el Gobierno Corporativo es percibido como una carga y no como una ventaja competitiva.

Es en este punto donde el cambio cultural y la educación empresarial juegan un rol fundamental. Fomentar una visión del Gobierno Corporativo como estrategia de sostenibilidad más que un simple cumplimiento normativo puede marcar la diferencia entre una empresa resiliente y una vulnerable a los escándalos y la ineficiencia. El Gobierno Corporativo no es una moda ni un lujo reservado para las grandes corporaciones: es una necesidad estratégica para construir confianza, asegurar la sostenibilidad empresarial y generar valor a largo plazo. En el Perú, su adopción progresiva no solo mejorará la competitividad de nuestras empresas, sino también consolidará una economía más ética, transparente y atractiva para la inversión.



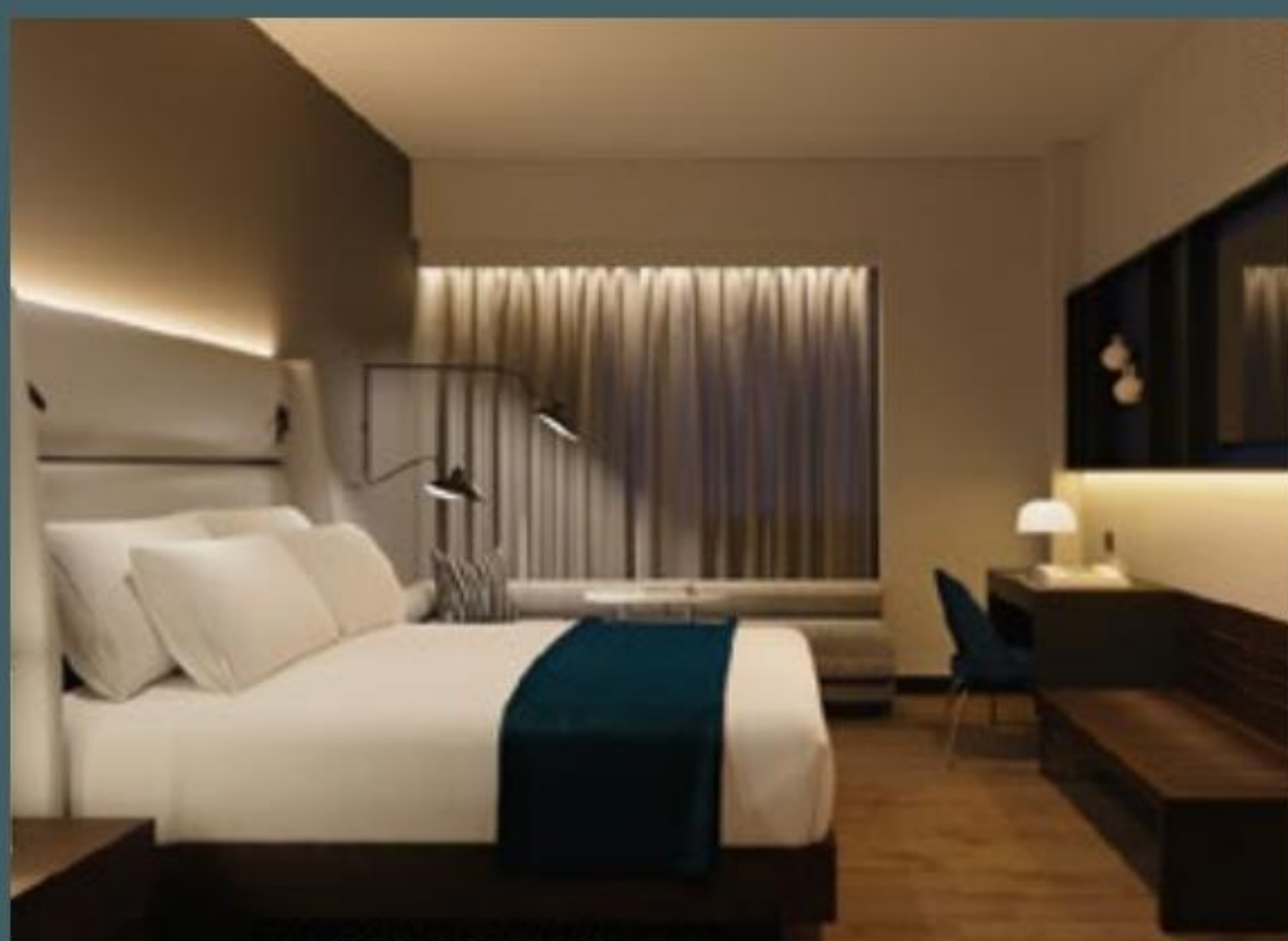


UN NUEVO ÍCONO DE HOSPITALIDAD HA LLEGADO



Hotel Wyndham Grand Costa del Sol Lima Airport

Experimenta un servicio de clase mundial dentro de la nueva **Ciudad Aeropuerto**.



 249 habitaciones
insonorizadas



 Restaurantes y bares



 Habitación inteligente

Imágenes referenciales.

www.costadelsolperu.com





Comunidad que vibra alto

En una ciudad en plena transformación cultural y estética, donde el bienestar comienza a entenderse como una experiencia integral y no solo física, Síclo ha encontrado terreno fértil para sembrar algo más profundo que el simple ejercicio: una comunidad vibrante que gira al ritmo de la música, el sudor y la conciencia. Desde su llegada a Lima en 2019, el concepto de fitness boutique que la marca trajo consigo ha desafiado los moldes tradicionales, proponiendo una conexión sensorial que redefine el cuidado personal.

Escribe: Romina Polti

El giro interior: cuando el cuerpo se mueve, el alma responde

Lima recibió a Síclo con curiosidad y escepticismo a partes iguales. En un mercado acostumbrado a rutinas solitarias y métricas físicas como única medida de progreso, su propuesta disruptiva —centrada en la experiencia emocional, la estética del espacio y el sentido de pertenencia— se abrió paso como un nuevo lenguaje del bienestar. En estos cinco años, la marca no solo ha introducido una nueva manera de entrenar; ha propiciado una forma de vivir.

Las clases en Síclo se convirtieron rápidamente en una suerte de ritual contemporáneo. Luces, música curada al detalle, coaches que inspiran y un ambiente cuidadosamente diseñado invitan a dejar el afuera en pausa para entrar en un espacio de transformación. Aquí, la búsqueda no es solo por tonificar músculos, sino por reconectar con el cuerpo desde un lugar de autenticidad. Es ese enfoque el que ha re-

sonado con una generación que ya no se conforma con verse bien: quiere sentirse bien desde adentro hacia afuera.

Pedalear en comunidad: el fitness como plataforma emocional

Detrás del diseño sensorial de cada clase, hay una filosofía clara y poderosa: La Gente Feliz Cambia Al Mundo. Con esa convicción, Síclo ha tejido una comunidad sólida, leal y emocionalmente conectada. Quienes cruzan la puerta de sus estudios no lo hacen solo para ejercitarse, sino para compartir energía, liberar tensiones y reafirmar una identidad colectiva que trasciende el entrenamiento.

La marca ha entendido que el valor de su propuesta no radica únicamente en los resultados físicos, sino en el vínculo que se construye clase tras clase. Productos como Síclo Prime y Síclo Elite no son solo programas de fidelidad; son formas de pertenencia, señales de una tribu que se reconoce en el espejo de la experiencia compartida. En un mundo saturado de promesas fitness, Síclo elige no competir por



precio, sino por propósito.

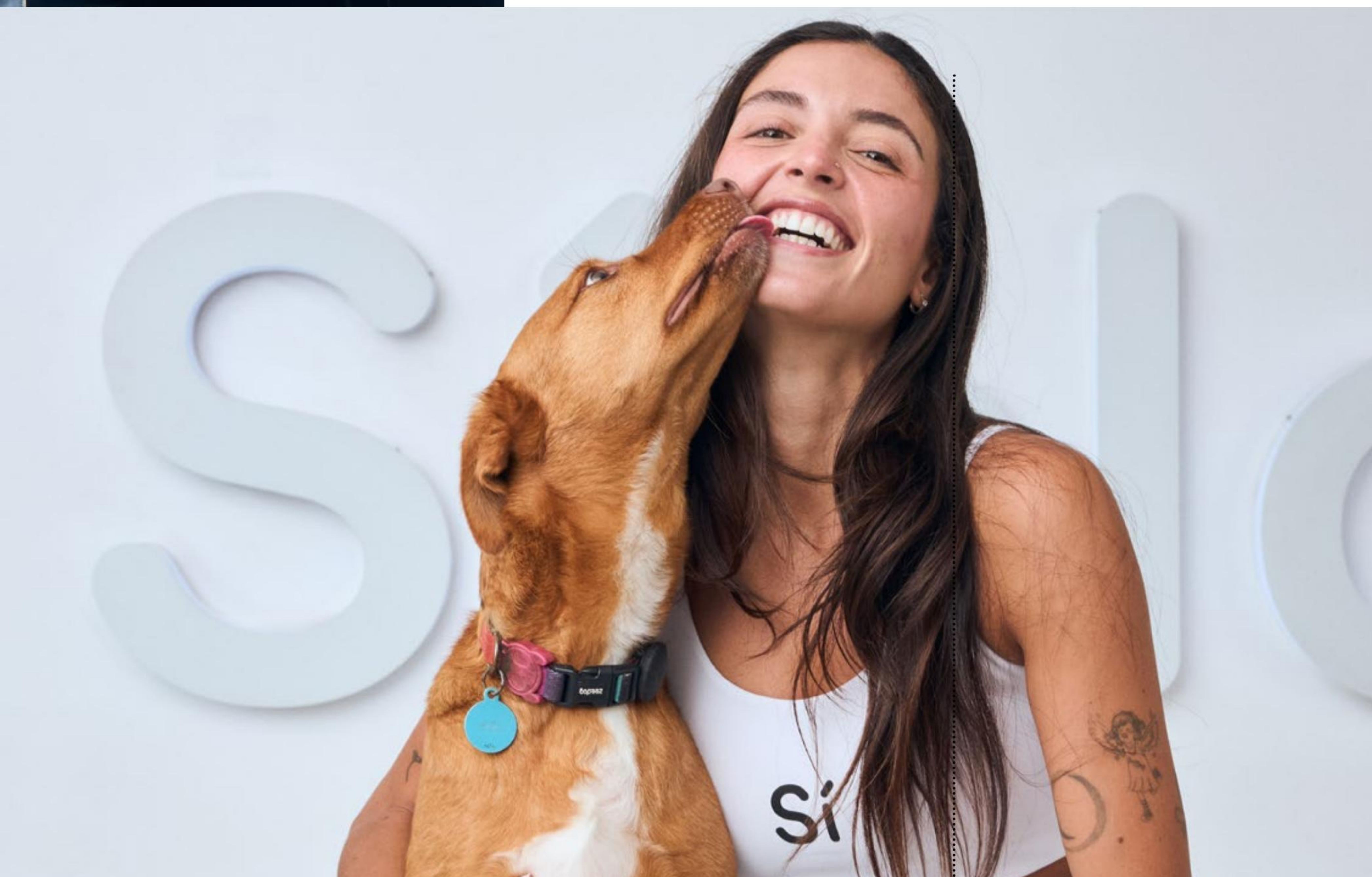
Del movimiento a la experiencia: nuevos horizontes del wellness en Lima

Con la mirada puesta en el futuro, Síclo se prepara para ampliar su universo sensorial y conceptual. Desde Escape Sí, un nuevo formato de retiro cuerpo-mente que promete llevar la experiencia más allá del studio, hasta colaboraciones con marcas afines que comparten su visión estética del bienestar, la marca apunta a seguir evolucionando como un faro del fitness consciente en la región.

El pasado 5 de julio, la celebración de los cinco años de Síclo en Perú fue una manifestación de todo lo que representa. El Síclo Fest 25 x Pacífico, en el JW Marriott, reunió música en vivo, comunidad, marcas aliadas y una programación que celebra la vitalidad en movimiento. Más que un evento, fue una afirmación de identidad colec-

tiva: una comunidad que no solo entrena, sino que vibra, sueña y transforma.

En una Lima que aprende a respirar más hondo, Síclo no ha sido simplemente una marca de fitness. Ha sido un espacio de reencuentro interior, el reflejo de una nueva estética del bienestar y una plataforma emocional donde cada movimiento se convierte en una declaración de libertad. Porque cuando el cuerpo encuentra su ritmo, toda la vida comienza a rodar mejor.





NUEVO GRECALE LA MÁXIMA EXPRESIÓN DE DEPORTIVIDAD



El Grecale Trofeo encarna el espíritu de competición de Maserati, llevando el concepto de SUV de lujo a un nivel superior. Equipado con el potente motor V6 biturbo Nettuno de 3.0 litros, heredado del superdeportivo MC20 e inspirado en la Fórmula 1, entrega una impresionante potencia de 530 hp y 620 Nm de torque, alcanzando los 100 km/h en solo 3.8 segundos. Cada detalle ha sido cuidadosamente diseñado para ofrecer una experiencia de conducción inigualable.

Lorem ipsum



GRECALE TROFEO DIVERSIÓN Y LUJO EN UN SUV MASERATI.



Gracias a sus modos de manejo GT, Comfort, Sport y Off-Road, el Grecale se adapta a cualquier estilo y terreno. El exclusivo modo Corsa revela toda su esencia deportiva: respuesta inmediata, Launch Control integrado y un escape con un sonido visceral que despierta emociones. Con el Grecale Trofeo, Maserati reafirma su legado: lujo, innovación y un alma apasionada. Más que un SUV, es una invitación a transformar cada día en algo extraordinario.



El resplandor del arte pop

Hay obras que gritan y otras que susurran, pero conmueven con igual intensidad. Marcelo Wong, el artista peruano que ha llevado la ternura pop a escenarios globales, crea un universo visual donde lo lúdico, lo nostálgico y lo sofisticado conviven con una naturalidad desarmante. Desde sus primeros personajes hasta sus esculturas más emblemáticas, su obra invita a sentir antes que entender.

Escribe: Romina Polti

Una mirada lúdica que nunca envejece

La evolución artística de Marcelo Wong no ha sido una carrera hacia lo grandilocuente, sino un refinamiento de lo esencial. Lo que comenzó como un juego entre formas y emociones se convirtió, con los años, en una forma de comunicación profundamente íntima. “No se trata solo de colores —dice—, sino de provocar una pausa, una sonrisa, algo genuino dentro del espectador”. Esa pausa emocional es hoy una constante en su obra: un guiño visual que conecta con el recuerdo, la infancia, lo no dicho pero sentido.

El universo visual que ha creado es reconocible desde el primer trazo, y sin embargo, se mantiene siempre en movimiento. Como una melodía familiar que, al cambiar de tonalidad, sigue despertando

algo nuevo, algo cercano, en quien la escucha. Sus personajes, de líneas suaves y presencia magnética, parecen cargar una historia silenciosa que el espectador completa con su propia memoria.

Humor como resistencia, ternura como lenguaje

En las obras el humor no es un adorno: es una herramienta estética, cultural y hasta política. Lejos del cinismo o la caricatura fácil, su risa es sutil, elegante, cargada de humanidad. “Reírse —aunque sea por dentro— también es un acto político”, afirma, revelando una concepción del arte que no evade lo complejo, sino que lo enfrenta con empatía.

Esta forma de humor actúa como un espejo emocional. No busca provocar

carcajadas, sino sonrisas que se deslizan suavemente, que nacen del reconocimiento compartido de lo absurdo, lo bello y lo frágil de la experiencia humana. Es ese equilibrio entre ligereza y profundidad lo que otorga a su obra una dimensión casi terapéutica: una especie de tregua visual frente al caos cotidiano.

Global sin dejar de ser íntimo

A pesar de su presencia en galerías de París, Nueva York o Miami, y de sus colaboraciones con marcas de diseño y lujo, el arte de Marcelo no ha perdido su esencia local ni su vocación emocional. “Mi sello es la sinceridad”, afirma. Y es esa sinceridad lo que ha convertido su estilo en un lenguaje universal. Lejos de diluirse en el tránsito global, ha logrado mantener la claridad de su voz creativa, llevando con-

sigo un universo hecho de ternura, juego y memoria.

No busca adaptarse a las tendencias, sino reafirmar una identidad visual que habla con la misma fuerza en cualquier idioma. En cada escultura, mural u objeto hay un eco reconocible: el eco de una sensibilidad que no necesita traducción.

Una obra que seguirá susurrando en el tiempo

Detrás de cada pieza de Marcelo, hay una pequeña historia de amor, una reinterpretación simbólica de la infancia, una promesa de belleza que no exige explicaciones. Cuando se le pregunta por el legado que quisiera dejar, responde con la misma sencillez poética que habita sus obras: que alguien, en cincuenta años, se detenga frente a una de sus esculturas y sienta una conexión real. Una sonrisa. Un recuerdo bonito. Un instante de calma.

Ese deseo —profundo y silencioso— encapsula la filosofía de un artista que ha hecho del arte pop un refugio emocional, una forma de ternura, una mirada que no impone, sino que acompaña. Su obra no se impone: se queda, como se quedan las cosas que verdaderamente nos tocan.







Al ma de la pisq

En estas Fiestas Patrias, entre l
Claudia Moquillaza Robatty, re
referente de la mujer en la ind
s sofisticados de Lima para cel
nacional. Su visita a restaura
solo fue un tributo al destilado
redescubrirlo en su forma má
Desde Miraflores hasta Barra
una narrativa líquida donde el
contar s

Escribe: Rom

Costanera 700: un sorbo de elegancia nikkei

En la barra de Costanera 700, la precisión de la cocina nikkei se traslada al universo de la coctelería con una ejecución impecable. Allí, el Pisco no es un ingrediente más, sino el alma de una propuesta sensorial que dialoga con el té jazmín, el matcha y la lima. La creación bautizada como “Mizuki” —inspirada en la fusión de insumos peruanos y japoneses— se elabora con Pisco Puro Quebranta Don Reynaldo, y ofrece un perfil afrutado y fresco que se enreda con delicadeza

ando ruta uera

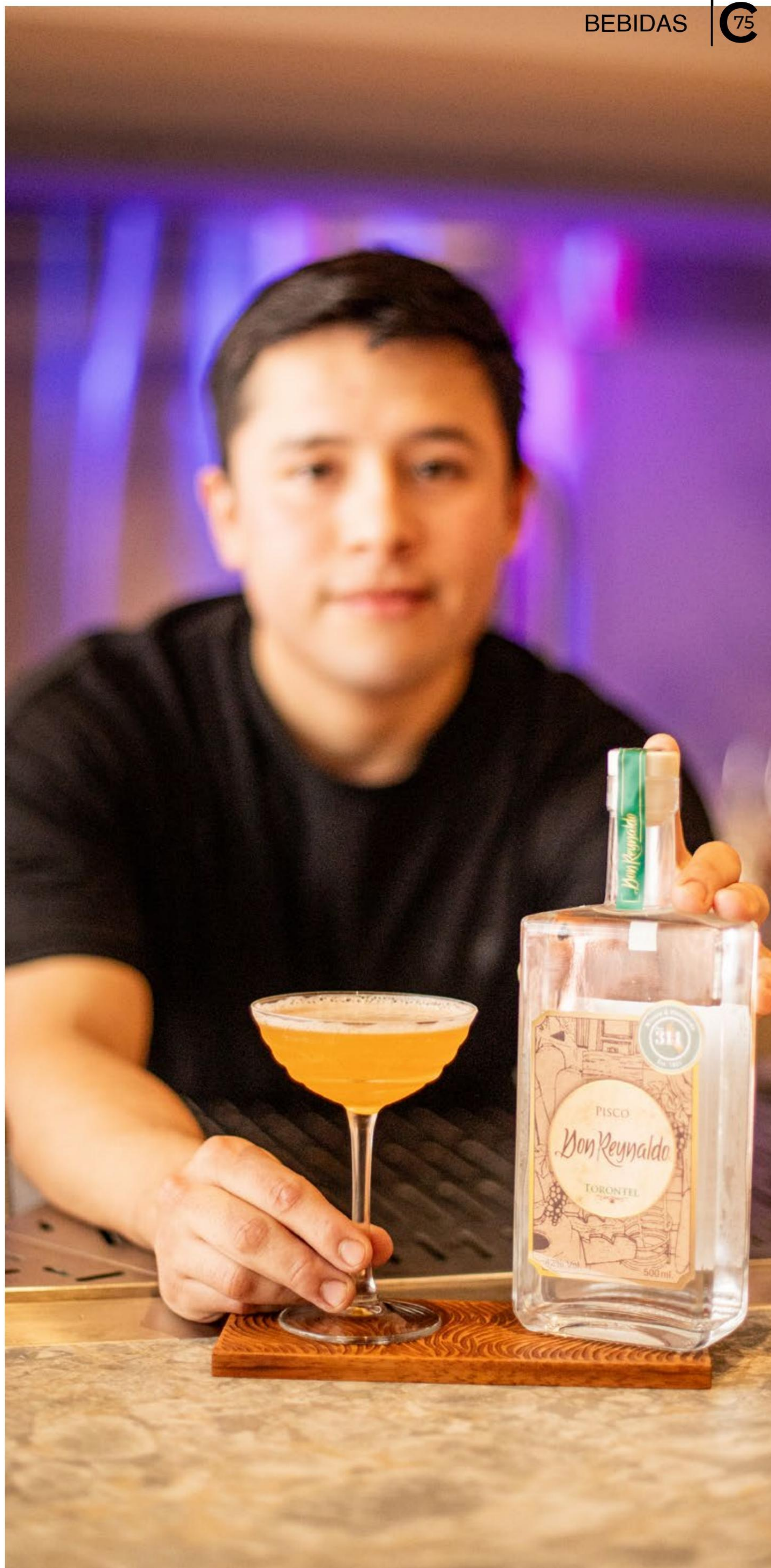
brindis íntimos y barras de autor, conocida embajadora del Pisco yustria, recorrió los espacios máslebrar un símbolo de identidadantes y bares emblemáticos noo bandera, sino una invitación aas elevada: el Signature Cocktail.anco, cada parada fue un ritual, Pisco encontró nuevas formas de su historia.

ina Polti

en el paladar.

Más que un cóctel, “Mizuki” es una escena: sofisticación, carácter y armonía, reflejando la maestría de David Sotomayor, head bartender del local. Cada sorbo es una experiencia contenida, donde la investigación y el respeto por los ingredientes locales elevan el arte de beber al rango de ceremonia.

Limaná: sostenibilidad que se sirve fría
En el rincón más verde de Miraflores,



Limaná propone una experiencia líquida alineada con la naturaleza. Su filosofía, centrada en la trazabilidad y el respeto por el origen, se refleja también en su barra. Allí, Edward Albino presenta una reversión del clásico pisco punch con una técnica singular: la crioconcentración, donde los jugos de frutas tropicales se transforman a -50 grados para obtener una esencia más pura, dulce y consistente.

El resultado es un cóctel donde la piña y la naranja brillan sin aditivos, sin endulzantes, solo fruta natural. Esta bebida es tanto un manifiesto como una experiencia: “Frescura y sostenibilidad en un cóctel”. Beberlo es conectar con lo esencial, con la fruta en su forma más honesta y elevada.

Banhmi Lima: el sudeste asiático habla en pisco

El espíritu urbano de Banhmi Lima combina la informalidad del street food asiático con una coctelería de autor pensada para el paladar limeño. En su carta brilla “La Dama del Pañuelo”, una reversión audaz del clásico pisco sour, donde la mezcla de Pisco Acholado de 7 Cepas Don Reynaldo y Pisco Mosto Verde Torontel Etelvina aporta notas florales y herbales.

Con un perfil más complejo, este cóctel se complementa con bourbon, blend de vinos blancos, sour mix y huevo, generando una textura envolvente y un equilibrio poco habitual. José Sandoval, su creador, nos recuerda que el Pisco no es un destino, sino un punto de partida para experimentar.

Lady Bee: un altar líquido en Barranco

En Lady Bee, la experiencia no está en el vaso, sino en la historia que lo precede. Este espacio de gastronomía líquida de primer nivel rinde culto al origen, al insumo y a la narrativa detrás de cada mezcla. Allí, el cóctel “Miraflores” —una sinfonía de Pisco Puro Torontel Don Reynaldo, limón y miel— representa una conexión directa





con lo simple, lo clásico, lo atemporal.

Daniel Granados, bartender del local, logra capturar en este cóctel la esencia de Lima: luminosa, cítrica, cálida. Servido en una copa coupé, “Miraflores” se deja beber como una postal nostálgica de la ciudad, sencilla pero imposible de olvidar.

Sastrería Martínez: alquimia bajo perfil

Detrás de una puerta discreta en la ave-

nida La Mar, Sastrería Martínez se revela como un santuario oculto donde el Pisco se transforma en arte líquido. Aquí, el cóctel “Wari Kayan”, elaborado por Reynier Mendoza, es una sinfonía profunda: Pisco Acholado, aperol infusionado con aceitunas verdes, destilado de aceitunas y una mistela artesanal con toronjil, muña y tomillo.

Más que una bebida, esta creación encarna el espíritu costero con una fuerza

mística. “Wari Kayan” es historia líquida, una ofrenda contemporánea a las raíces, a la memoria, a lo que permanece

En cada barra, una declaración. En cada cóctel, una identidad. Claudia Moquillaza no solo celebró el Pisco, lo llevó al terreno de lo sublime. Lo redescubrió en miradas jóvenes, técnicas experimentales y recetas con alma. Y al hacerlo, reafirmó que el Pisco no es solo una bebida de bandera: es una forma de decir quiénes somos.



Rugido del

La firma del tridente presentó en un evento privado su SUV más audaz: el Grecale Trofeo 2025, una pieza de ingeniería y diseño que conjuga elegancia italiana con potencia extrema. Lima fue escenario de una noche donde lo extraordinario dejó de ser promesa para convertirse en experiencia.

Escribe: Anghelo Escudero



lujo italiano



Un SUV que acelera emociones

En una velada íntima, sofisticada y multisensorial, Maserati Perú develó el esperado Grecale Trofeo 2025, su SUV más potente y estilizado hasta la fecha. Bajo el lema “Lo extraordinario está a punto de revelarse”, la firma italiana presentó ante un selecto grupo de invitados la última joya automotriz de la casa del tridente, marcando un nuevo estándar en la escena del lujo en Perú.

El Grecale Trofeo no es un SUV convencional: impulsa su elegancia con un motor V6 biturbo Nettuno de 530 caballos de fuerza, que permite alcanzar los 100 km/h en tan solo 3.8 segundos. A ello se suma el modo de conducción Corsa, un escape deportivo que vibra como una sinfonía mecánica, y una silueta que respira design italiano por donde se mire.





Una noche donde el lujo tuvo nombre y sonido propio

El showroom de Maserati Lima se transformó en escenario de una experiencia exclusiva donde la velocidad, la sofisticación y la pasión se encontraron en perfecta armonía. La noche incluyó detalles pensados para exaltar los sentidos: cata de vinos de alta gama, gastronomía de autor, música en vivo y un ambiente curado con la precisión de quien entiende que el lujo es un arte.

Este evento boutique reafirmó el compromiso de Maserati por no solo fabricar vehículos, sino crear universos donde cada modelo es una declaración de estilo, tecnología y herencia. El Grecale Trofeo 2025 no solo se conduce: se vive.

Grecale Trofeo: lujo que conquista nuevos caminos

Con el lanzamiento de esta máquina poderosa, Maserati vuelve a colocarse en la cima del segmento de SUV de alta gama. La llegada del Grecale Trofeo 2025 a Lima no es solo un hito comercial: es un gesto de presencia cultural, de expansión del lenguaje del lujo italiano en nuevos territorios. Porque cuando lo extraordinario se revela, el camino nunca vuelve a ser el mismo.



Escribe: Romina Polti

Transformar el futuro

En un mundo donde la prisa es ley y el éxito se mide en cifras, Up Woman propone una pausa distinta: una que no detiene, sino que impulsa. Fundada por Tatiana y Alejandra Alemán, esta comunidad no solo desafía los moldes del empoderamiento femenino, sino que los reconstruye desde adentro, con una mirada compasiva, concreta y profundamente transformadora.

Escribe: Romina Polti

Desde su estética visual — minimalismo emocional, calidez visual, diseño intencional— hasta cada palabra compartida, Up Woman destila una feminidad consciente, una que no busca encajar en estructuras existentes, sino redibujar las líneas del liderazgo desde la autenticidad.

Un liderazgo sin moldes, con raíz y con forma

“El problema no es la falta de capacidades. Es la ausencia de espacios y herramientas que les permitan expresarse con claridad, seguridad y liderazgo”, afirman con convicción sus fundadoras. Desde esa premisa, Up Woman se plantea como un ecosistema de desarrollo donde lo emocional y lo práctico no se excluyen, sino que se potencian.

No se trata de empoderar desde el discurso. Se trata de enseñar cómo: cómo liderar con empatía, cómo persuadir con propósito, cómo hacer una presentación efectiva o cómo negociar desde la firmeza sin perder la escucha. “Queremos construir un liderazgo real”, declaran. Y lo están logrando.

Una estética editorial que respeta lo íntimo

En una época saturada de frases motivacionales y discursos uniformados, Up

Woman rehúye las fórmulas vacías. Su propuesta estética y narrativa es profundamente personalizada, respetuosa con la identidad de cada mujer. No imponen un modelo, sino que ofrecen las herramientas para que cada una diseñe el suyo. “Creemos que no hay una única forma de ser líder, ni una sola voz válida”, explican.

Esa diversidad se traduce en experiencias de acompañamiento personalizado, en contenidos teóricos conectados con lo cotidiano, en errores compartidos que se vuelven aprendizajes colectivos. En comunidad, pero sin homogeneización.

Innovar desde el cuerpo, la voz y la historia

Si bien la palabra “innovación” suele asociarse a tecnología, en Up Woman significa otra cosa: desaprender lo que ya no nos sirve. Cuestionar lo que dimos por sentado. Atreverse a mirar dentro. “Innovar es entender cómo nuestras historias, el tono de voz, los movimientos del cuerpo o la forma en que escuchamos se convierten en herramientas de liderazgo.”

Esta es su verdadera revolución: trabajar con lo invisible, con lo simbólico, con lo que no se mide en hojas de Excel pero determina cómo lideramos, cómo influimos, cómo nos percibimos. El autoconocimiento es su campo de acción. La comunicación

efectiva, su aliada más poderosa.

Un nuevo imaginario de poder femenino

Up Woman imagina un futuro donde el liderazgo no grita, sino que conecta. Donde la empatía y la comunicación clara pesan tanto como los resultados cuantificables. Donde el crecimiento profesional no exige renunciar a la esencia, sino que la vuelve motor.

“

Queremos dejar un legado: una generación de mujeres que se expresa con seguridad, que logra lo que se propone sin alzar la voz, porque ha aprendido a decir lo que importa, de la manera correcta.”

Con Up Woman, Tatiana y Alejandra han sembrado una nueva narrativa. Una que no impone, sino que invita. Una que no transforma a las mujeres, sino que les da herramientas para transformarse a sí mismas. Desde la verdad, desde el cuerpo, desde la palabra.

Glamour sin guión

Detrás de cada publicación, de cada look bien pensado o rincón bien iluminado, hay una historia real que Ariana Matos comparte con su comunidad desde un lugar de honestidad emocional y visión curatorial. Como influencer, Ariana ha convertido su día a día en una experiencia visual que inspira sin imponer, y conecta sin disfrazarse. Su lifestyle no solo proyecta una estética cuidada, sino una manera consciente de habitar el mundo digital.

Escribe: Romina Polti

Lo que se comparte con amor

Para Ariana el contenido que elige mostrar en redes sociales nace desde lo cotidiano y lo auténtico: outfits que le hacen sentir bien, lugares que la inspiran, rutinas que fortalecen su bienestar. Todo lo íntimo queda resguardado, pero lo que vibra con su estilo de vida se comparte con cariño, como una extensión natural de su manera de vivir. No se trata de exponerlo todo, sino de elegir con conciencia lo que puede resonar en los demás.

Ese equilibrio entre lo personal y lo público es una decisión intencional. Ariana filtra lo que muestra a través de una mirada sensible, evitando caer en lo superficial. Su criterio es simple pero poderoso: si algo la inspira o le genera alegría, merece ser compartido.

De la estética a la narrativa

Construir una marca personal desde el lifestyle le ha enseñado a Ariana que la perfección no conecta tanto como la verdad. Con los años, su contenido ha evolucionado hacia una narrativa más humana, donde cada imagen es parte de una historia más grande. Ser real, asegura, tiene mucho más impacto que intentar parecerlo todo el tiempo.

Cuidar los detalles visuales no está reñido con conservar la esencia. Ariana encontró una forma de expresión que combina lo estético con lo emocional, lo visual con lo vivencial. Mostrar su lifestyle no es solo exhibir momentos bonitos, sino construir un relato coherente, honesto y cargado de intención.

Conexión sin máscaras

En un entorno sobrecargado de influencers y de imágenes idealizadas, Ariana ha





decidido mantenerse fiel a lo que siente. Su conexión con la audiencia no nace de fórmulas, sino de mostrar lo que realmente vive, sin filtros emocionales. No busca aparentar estabilidad cuando no la hay, ni felicidad cuando necesita pausas. Esa vulnerabilidad consciente la ha convertido en una figura cercana y genuina para quienes la siguen.

Además de crear contenido, Ariana trabaja en dos proyectos paralelos que exigen organización y equilibrio. Encontrar el ritmo entre sus múltiples roles le ha enseñado a escuchar su intuición y priorizar su bienestar, recordando siempre que publicar no es una obligación, sino una elección creativa.

Un legado de autenticidad

Más que construir un perfil aspiracional, Ariana sueña con dejar una huella que inspire desde la autenticidad. Su contenido está pensado como un espacio de posibilidad, donde cada mujer pueda reconocerse sin caer en la comparación. Para ella, brillar no significa encajar en moldes, sino descubrir la propia versión y celebrarla con libertad.

Su legado digital busca ser un espejo donde otras mujeres puedan verse sin filtros impuestos, y encontrar fuerza en su individualidad. Ariana Matos no solo crea contenido: cultiva una comunidad donde lo real tiene valor, lo estético tiene alma, y lo cotidiano se vuelve extraordinario.



Sudamérica en la cima del mundo

Detrás de cada publicación, de cada look bien pensado o rincón bien iluminado, hay una historia real que Ariana Matos comparte con su comunidad desde un lugar de honestidad emocional y visión curatorial. Como influencer, Ariana ha convertido su día a día en una experiencia visual que inspira sin imponer, y conecta sin disfrazarse. Su lifestyle no solo proyecta una estética cuidada, sino una manera consciente de habitar el mundo digital.

Escribe: Nasim Mubarak / Fotos: Nasim Mubarak

En el mundo del vino, llegar al número uno es una hazaña reservada a muy pocos. Don Melchor 2021, producido en el terroir de Puente Alto, Chile, no solo ha escalado esa cumbre, sino que ha dejado una huella imborrable en la historia del vino sudamericano. Así lo reconoce la prestigiosa revista Wine Spectator, que lo eligió como el mejor vino del mundo en su ranking anual, superando a más de 10,500 etiquetas provenientes de Italia, Francia, Estados Unidos y otros rincones vinícolas de renombre.

Al otro lado de esta proeza está Enrique Tirado, enólogo y director técnico de la viña, quien ha dedicado más de dos décadas de su vida a perfeccionar un solo vino. “Ha sido una profundización, una forma de artesanía. Siempre he querido ser ese experto que domina su oficio”, comenta con emoción durante nuestra entrevista.

Perú: El nuevo aliado gastronómico de

Don Melchor

El entusiasmo de Tirado no solo responde al reconocimiento internacional, sino también al potencial que ve en el mercado peruano. Para él, la gastronomía de alta gama que florece en Perú es el maridaje perfecto para el carácter de Don Melchor.

“

“Hay una armonía entre frescura, fruta y mineralidad que se alinea con la riqueza de la cocina peruana. Desde pescados y mariscos, hasta carnes y vegetales: Don Melchor encuentra su lugar en cada plato”, asegura.

Ese enfoque multisensorial y versátil hace que la etiqueta no se limite a los grandes momentos, sino que acompañe los sabores cotidianos con elegancia. El mensaje es claro: atreverse a probarlo, sin reglas, sin miedo, sin solemnidades.

El secreto está en el detalle: 151 parcelas y una sola visión

Don Melchor se basa en una sola cepa: Cabernet Sauvignon. Pero dentro de esa aparente simplicidad se esconde una compleja coreografía de sabores. El viñedo de 125 hectáreas ha sido segmentado en 151 parcelas únicas, cada una con una personalidad definida. Aromas, texturas y notas específicas que luego se ensamblan como una sinfonía en la mezcla final.

“

“El secreto está en cómo combinar esas parcelas. No es solo vino; es arquitectura, es intuición, es tiempo”

Explica Tirado con la misma precisión con la que se construye una gran obra de arte.

Un vino con nombre propio y ambición global

La elección de Don Melchor como el vino del año no es un accidente ni una sorpresa repentina. Es el resultado de décadas de perfeccionamiento, de una obsesión con la calidad que se ha mantenido constante





desde la primera cosecha, en 1987. “Es un premio para todo el equipo, para generaciones que han trabajado en esta viña. Pero también es un desafío: queremos volver a ser número uno, y trabajar todos los días con esa meta en mente”, afirma con convicción.

Y aunque el proyecto sigue centrado en Don Melchor, una novedad está por llegar. Tirado adelantó a este medio que en el segundo semestre del año lanzarán una edición especial producida desde una sola

parcela, en cajas limitadas, y que Perú será uno de los países selectos donde estará disponible. Un guiño al mercado nacional, que ya empieza a consolidarse como clave para el futuro de los grandes vinos del sur global.

Una historia de dedicación y excelencia sin etiquetas innecesarias

Más que un vino de lujo, Don Melchor representa una manera de entender el oficio vinícola: con respeto por el origen,

atención al detalle y la paciencia de quien sabe que la verdadera sofisticación nunca grita, pero siempre deja huella.

En tiempos donde lo efímero suele imponerse, esta botella chilena recuerda que hay cosas que todavía se hacen para perdurar. Y Don Melchor lo ha hecho, botella a botella, hasta llegar al número uno del mundo.

Fuerza que inspira

Desde el humor, la fuerza física y la sororidad, la creadora de contenido y fundadora de afterparto redefine el significado de ser madre en la era digital. En esta entrevista exclusiva con Signature, revela los pilares que han dado forma a su comunidad y a su propia identidad como mujer, madre y emprendedora.

Escribe: Anghelo Basauri

Criar con humor también es una forma de resistir

En un universo digital plagado de imágenes idílicas, Katya Trelles se ha abierto paso con una propuesta distinta: humanizar la maternidad sin filtros, desde el humor, la autenticidad y el autocuidado. Lo que comenzó como un desahogo creativo durante su postparto, terminó convirtiéndose en una plataforma de contenido con identidad propia: afterparto, una comunidad de madres reales para madres reales.

“Desde mis primeros pasos en el mundo digital, siempre he sentido una necesidad muy natural de compartir lo que me inspira”, señala, quien además estudió stand-up comedy como una herramienta para narrar la vida desde el humor. Esa mezcla de risa, caos y sororidad se volvió el ADN de su contenido, que no busca idealizar sino acompañar con honestidad.

Del caos al autocuidado: el cuerpo como territorio emocional

Su historia también es la de muchas mujeres que, luego de ser madres, redescubren sus cuerpos no desde la presión estética, sino desde el poder del movimiento. El muay thai, el gimnasio y el baile en tacos se convirtieron en rituales que la ayudaron a reconectar consigo misma.

“Ya no solo era su superheroína, también era la mía”, confiesa sobre cómo su transformación personal fue también inspiración para sus hijas. Lo físico se volvió emocional: fuerza, disciplina, empoderamiento. Hoy, el mensaje es claro: cuidarte no es egoísmo, es una forma de amar mejor.

Una tribu virtual que se abraza sin juicios

Para Katya, el respeto es el valor fun-





dacional de su comunidad. “Entre mujeres y madres. El no juzgarnos entre todas. Cada una desde su lugar hace lo mejor que puede”, subraya. En su espacio, no hay lugar para la comparación ni la culpa, sino para el aliento mutuo, la paciencia y la celebración de los procesos individuales.

Desde afterparto, impulsa encuentros presenciales como karaokes y fiestas entre mamás, reforzando ese espíritu de tribu donde se canta, se ríe y se recuerda que también somos mujeres más allá de ser madres.

Un contenido que deja huella

Consciente del ruido digital, cuida que su contenido mantenga coherencia ética, estética y emocional. Apuesta por colaboraciones auténticas y narrativas que inspiren sin imposturas. El legado que quiere construir es

íntimo y expansivo a la vez: una red de apoyo donde las mujeres se animen a empezar, aunque no tengan todas las respuestas.

“Afterparto es hoy un espacio para empoderarnos, motivarnos y reconectar juntas”, afirma. Su mensaje resuena fuerte: ser mamá no te borra, te transforma, y esa versión poderosa, humana y luminosa merece ser contada.

Abel Ortiz, un cocinero chalaco con alma callejera y visión global, se atrevió a levantar un pedazo del Perú en una de las ciudades más cosmopolitas del mundo. Su restaurante Chullschick, que fusiona pollería, cevichería y cocina criolla, no solo enamora paladares hongkoneses, sino que lidera la expansión de la gastronomía peruana en Asia. Esta es la historia de un sueño cocinado a fuego lento, con sazón, lucha y memoria.

Escribe: Cristopher Sam

Del Callao al mundo: el camino del fuego

Abel Ortiz no sabía dónde quedaba Hong Kong cuando le ofrecieron el trabajo que cambiaría su vida. En 2014, tras pasar por Uruguay y Argentina, llegó sin hablar inglés y con el único equipaje que no pesa en la aduana: el hambre de salir adelante.

Trabajaba para Jaime Pesaque y, aunque ya era segundo de cocina, no se esperaba que su siguiente destino lo llevaría tan lejos, literalmente, y en todos los sentidos.

“Yo no le tengo miedo a nada. Yo soy callejero. Vine sin inglés, pero sabía que tenía que aprender rápido”, recuerda. Y así fue. A punta de Google Translate, conversaciones forzadas y enamoramientos en inglés, logró dominar el idioma en seis meses. Pero hablar inglés era apenas el primer peldaño.

Chullschick: un rincón del Perú en el corazón de Asia

Cuatro años tardó en entender el paladar hongkonés, explorar mercados, analizar tendencias y definir su estrategia. En 2018, junto a su esposa, abrió Chullschick un concepto híbrido que combina lo mejor de tres mundos: la fuerza de una pollería, la frescura de una cevichería y el corazón



Perú conquista Hong Kong



de la cocina criolla.

Pero el camino fue áspero. Justo antes de abrir, sus tres socios decidieron abandonar el proyecto, dejándolo con deudas, un horno traído del Perú y depósitos ya pagados.

“¿Cómo iba a olvidar un proyecto por el que ya había pagado pasajes y depósitos?”, dice. Le tocó endeudarse y apostar todo por su instinto. Hoy agradece ese golpe: “Tomé el control total. Las decisiones fueron mías. Si me equivocaba, también era mi responsabilidad”.

Importar memoria, no solo insumos

Chulchic es el único restaurante peruano en el mundo que importa directamente todos sus insumos desde Perú. Pisco, ajíes, tamales, vinos, incluso las alpacas decorativas, cruzan el mundo para conservar la esencia del sabor original.

“Al comienzo iba con dos maletas llenas. Luego hablaba con proveedores, negociaba pallets. No se trataba solo de traer productos, sino de traer identidad”, afirma.

Además, en un esfuerzo por integrarse

con la comunidad local, Chullschick colabora con artistas hongkoneses. El menú está ilustrado a mano por Eva, una artista local, y la decoración evoca una yunza andina, con cintas, piñatas y colores que hacen que entrar al restaurante sea una fiesta.

El fuego como lenguaje universal

Todo en Chullschick se cocina como en casa, sin tecnología sofisticada. “No sé cocinar en olla arroceras. Para mí, si no hay fuego, no hay lomo saltado. Y si el ceviche no pica, no es ceviche”.

El plato estrella, según Ortiz, no es otro que el humilde y versátil pollo a la brasa. “El ceviche es icónico, pero el pollo es lo que comemos todos los días. Es el plato que conecta a los peruanos con su infancia, con su mesa”. Y ese es el secreto de Chullschick: no solo vende comida, crea memorias. “Queremos que la gente se acueste soñando con un ceviche, con un seco con frejoles, con una leche de tigre después de una noche loca”, dice riendo.

Una bandera hecha de ají, pisco y lealtad

Más que un restaurante, Chullschick es



una embajada emocional del Perú. La carta incluye causa, anticuchos, tamales, empanadas hechas desde cero y pisco sour con nuevos sabores cada semana. En paralelo, Ortiz viaja constantemente representando al Perú en eventos internacionales, como en Vietnam, Tailandia, Indonesia y China, cocinando para presidentes y sellando lazos diplomáticos con cocina criolla.

Más allá de la competencia, comunidad

Abel no cree en la competencia entre cocineros peruanos en Asia. Todo lo contrario: los promueve y celebra. Buenazo en Bangkok, Ceviche 21 en Corea del Sur, Feliz en Malasia, Dip Nikkei en Filipinas son algunos ejemplos, cree que cuantas más propuestas peruanas existan, más fuerte será la cocina nacional en el extranjero.

“Un restaurante no se come la torta solo. Cuando uno entra y le gusta, busca otro. Así se construye el hábito de comer peruano. No es solo negocio, es una misión cultural”, asegura.

Chullschick 3: ¿la nueva escala del sabor peruano?

Con dos locales ya posicionados en Hong Kong, la mira de Abel apunta a una tercera sede. Aún no sabe si será en otra ciudad asiática o en el mismo Hong Kong. Pero lo que sí tiene claro es que la marca está lista para crecer.

“Colón no descubrió América en un día. Estamos en el camino, y el cielo es el límite”, dice, mientras se despide con una sonrisa de satisfacción.

Su equipo —14 personas, entre ellos su hermano peruano y un chef mexicano— funciona como una orquesta sinfónica: prueban, corrigen y crean juntos. “Esto no lo hice solo. Lo hicimos todos. El equipo es la estrella”.





LA NUEVA MASERATI GRECALE HA LLEGADO A LIMA. VIVE LA EXPERIENCIA.



Experimenta el equilibrio perfecto entre rendimiento y elegancia italiana con la nueva Maserati Grecale. Este SUV de lujo te espera para despertar tus sentidos con su diseño audaz y su inconfundible espíritu deportivo.

Te invitamos a visitar nuestro showroom y descubrirla:
Av. República de Panamá 3358, San Isidro 15047

Conoce más y síguenos:

